

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
Escuela de Comunicación

**Disertación previa a la obtención de Título de licenciatura en Comunicación con
mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión**

**Participación de la prensa en la opinión pública sobre el proyecto de Ley de
comunicación en el Ecuador: Estudio comparativo de los diarios El Universo y El
Comercio.**

Andrea Estefanía Orbe Saltos

Director: León Espinosa

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	3
Resumen	6
Objetivos	7

CAPÍTULO I

1. Opinión Pública y La Prensa	
1.1 OpiniónPública	8
1.2 Medios de Comunicación.....	15
1.2.1 Historia de la Prensa escrita	18
1.2.2 Características de la prensa escrita	21
1.2.3 Información en un diario.....	24
1.3El caso de la prensa escrita en el Ecuador.....	25
1.3.1 Diarios en el Ecuador.....	31

CAPÍTULO II

2. Marco teórico de la ley de Comunicación	
2.1 Leyes reguladoras de medios en Ecuador.....	36
2.2 Proyecto de ley de comunicación.....	42

CAPÍTULO III

3. Análisis del tratamiento y el discurso de la noticia en los diarios El Universo y El Comercio	
3.1 El Universo y el Proyecto de Ley.....	50

3.1.2 Caso el Universo.....	52
3.2 El Comercio y el Proyecto de Ley.....	55
3.3 Influencia de los diarios estudiados en la OpiniónPública..	58
3.4 Metodología	59
3.4.1 Universo y muestra	61
3.5 Análisis de resultados	63
3.5.1 Resultados obtenidos en la encuesta	65
CONCLUSIONES.....	73
4 BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS.....	80

I introducción

Muchos son los estudios que ha habido de la opinión pública moderna, entre los primeros están los de Lowell, Lipman, y Allport. Más recientes son los estudios de Lazarsfeld, Berelson y Guadet, y los de Hovland y Sheffield que establecen una fuerte conexión entre los medios de la comunicación y la opinión pública. También tenemos los trabajos de Habermas y su interpretación de la opinión pública y uso de los medios de comunicación como avenidas de control social.

El estudio de la relación entre opinión pública y medios de la comunicación tomo su más grande impulso durante la década precedente a la II Guerra Mundial. La maquina propagandista de Hitler y su increíble capacidad de manipular la opinión del pueblo alemán por medio del cine, la radio y el periódico causo gran preocupación en los círculos de periodistas, redactores y dueños de periódicos de todo el mundo¹.

Sin embargo y en mi calidad como futura comunicadora social siento la necesidad de dejar plasmado, a través de una investigación, cuál ha sido el impacto de los medios de comunicación en la opinión pública con respecto al tratamiento que se le ha dado a la Ley de Comunicación en el Ecuador; el conocimiento y las consecuencias de un poder casi inmedible de estos, tratando así con un bien intangible pero enorme: la información.

Cabe destacar la responsabilidad que tenemos los periodistas no solo como profesionales, sino con la sociedad y el puesto que se nos ha dado en esta, pues como enuncia Luis Aníbal Gómez en su libro *La introducción a la opinión pública y los medios de difusión masiva*:

Los medios de difusión se dirigen en la sociedad industrial, o sociedad de masas, los públicos y no a los individuos; estos por consiguiente, reciben una información de la actualidad "estandarizada", completamente uniformada, que no toma en cuenta los intereses de las personas o los grupos sociales... Al ajustar su conducta y sus opiniones a lo que hacen u opinan los demás, al medio social que le sirve de entorno ambiental ostensiblemente influido por los medios de difusión, el individuo encuentra en este entorno el estímulo de la aprobación y la sensación de hallarse al día, de sentirse "in" según la

¹ Carlos Prado, "La Opinión Pública", en línea: <http://www.borriones.net/opinion/opinion.pdf>, fecha de acceso 30 de abril del 2013

jerga periodística... En esta forma el individuo, tiende a carecer de opinión personal y más bien trata de sumergirse en alguna de las grandes corrientes de opinión pública².

El desarrollo de la disertación busca concentrar los diferentes puntos de vista sobre la Ley de Comunicación en el Ecuador, para así poder verificar cuánto han incurrido los medios de comunicación masiva en la opinión pública de los ciudadanos, y así verificar si es los textos publicados por los periódicos han creado una reacción igualitaria o un mismo pensamiento en la sociedad.

Se enfoca en la ley de Comunicación ya que es uno de los temas más polémicos hoy en día, y que ha sido causa de diferentes debates y conversatorios por más de dos años. Además esta ley propone varios puntos que tienen que ver con la libertad de expresión, que es un punto que se ha analizado en el gobierno del presidente Rafael Correa.

Para el efecto, he dividido la disertación en tres capítulos, los mismos que están focalizados en explicar el proceso de la realización de la ley de Comunicación, el tratamiento de la noticia y la reacción en la opinión pública.

En el primer capítulo abordaré los antecedentes; es decir el enfoque teórico con respecto a la formación de la opinión pública, las diferentes corrientes que ha tomado, los conceptos de sociólogos relacionados al tema, la importancia que durante siglos ha tenido la opinión pública y su evolución. También me detendré a identificar lo que llamaré medios de comunicación, para luego así explicar la historia de la prensa escrita, sus principios, su formación y sus características.

En el segundo capítulo se expondrá el proceso de cambios que han sufrido los variados proyectos de Ley de Comunicación en el Ecuador, dando también como enfoque principal, las variadas instituciones, códigos y demás organizaciones, que desde antes ha tenido el país para vigilar y regular el campo periodístico. .

Finalizo así con el tercer capítulo, que consiste en la investigación de la influencia de los medios en la opinión pública. Además realizo un resumen de entrevistas, y opiniones de estudiados en la materia, combinado con las características del discurso y tratamiento de la noticia y artículos de opinión en El Comercio y El Universo. El punto central será

² Luis Aníbal Gómez, Introducción a la Opinión pública y los medios de difusión masiva, junio 1982 pág. 186-188

comprobar el poder que tienen, tanto los periodistas y los medios, para exponer un tema y transformarlo en el principal de la semana.

A decir de McLuhan, en donde “el medio es el mensaje, es decir, desde la óptica de la semiosis social, el concepto de McLuhan tiene su sentido, por cuanto que el *sujeto* interpreta no solo el núcleo del mensaje sino también la forma y el canal, en este caso, el mensajero. Por aquello de que el periodista, y el propio medio de comunicación, es el *sujeto* mediador, con todo lo que ello implica, resulta inevitable que el *sujeto* receptor perciba críticamente, e intérprete, tanto el mensaje como lo que representa el mensajero; y a través de éste al *sujeto* emisor primario con el cual se comunica gracias a la mediación del periodista”³.

Por otro lado es necesario indicar que en el proceso de elaboración de la disertación no se me permitió el acceso a diferentes videos que completaban la información sobre la influencia de la televisión como se propuso en primera instancia en el plan de disertación, puesto que la empresa encargada de proporcionar estos datos (Escopusa y los propios medios) alegaba que era propiedad privada y que no podían proporcionármela. Además me vi obligada a recurrir a empresas de sociedades anónimas en donde tampoco se me facilitó video alguno. Por otro lado, la accesibilidad que tuve en la investigación de los diarios propuestos en esta disertación fue extraordinariamente rápida y clara.

Datos tanto por internet como por material impreso fueron totalmente viables, las hemerotecas y sitios de acceso a la web, así como diferentes libros ayudaron de gran manera a la consumación de mi investigación.

Para la elaboración de la investigación se utilizó un método cuantitativo. Las técnicas usadas para la recolección de información sobre la influencia fueron: encuestas a jóvenes y adultos, entrevistas a editores de los diarios estudiados, observación minuciosa de los espacios que mantenían las publicaciones periodísticas desde el 2009 hasta diciembre del 2012, análisis de textos bibliográficos, revisión de documentación varia y en especial de los Anteproyectos y el Proyecto actual que espera su votación hasta mayo del presente año.

³Osmar Sostoa, “Periodismo, opinión pública y ciudadanía”, en línea, http://www.corredordelasideas.org/docs/ix_encuentro/4ta_mesa_osmar_sostoa.pdf, fecha de acceso noviembre del 2012

Por último y con el objetivo de analizar el tratamiento del discurso informativo que brindan los medios de comunicación a la ciudadanía y observar sus repercusiones en la opinión pública, actitudes e incluso debates en nuestro entorno, objeto de la investigación, la tarea consistió en la recopilación de datos, análisis comparativo y estratégico y la selección de datos para la formulación de una hipótesis y unas conclusiones.

II Resumen

La disertación presenta el estudio sobre la percepción del Proyecto de Ley de Comunicación que tienen los lectores de diario El Universo y El Comercio, tomando como referencia los distintos actores que han ayudado al desarrollo de la misma.

El Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación empezó a realizarse en el 2009, luego de que en la Constitución del 2008 se exigiera su elaboración. El Proyecto actual está elaborado por once personas, quienes conforman una comisión encargada del mismo. En este momento solo se espera la votación para ser aprobada.

El objetivo principal de esta disertación fue conocer el grado de información que tienen los actores de la sociedad, saber si es que se han informado sobre el Proyecto de Ley o solo opinan por lo que escuchan, lo que leen o crean su propio criterio sin fundamentos visibles. Además, se buscó confirmar la necesidad de que los periodistas sean más cautos en su información, conociendo que son los entes principales para formar una opinión pública

III Objetivos

Objetivo General:

Analizar el tratamiento del discurso informativo que brindan los medios de comunicación a la ciudadanía y observar sus repercusiones en la opinión pública, actitudes e incluso debates en nuestro entorno.

1. Objetivos específicos:

- Determinar qué es la opinión pública
- Analizar las entrevistas y el discurso de los diarios El Comercio y El Universo.
- Comprobar si existe una información manipulada e indirecta de los medios en la opinión pública.
- Verificar que los periódicos seleccionados son los más accesibles y únicas fuentes informativas para la mayoría de habitantes ecuatorianos; es decir que más allá de estos no existe investigación.
- Recolectar opiniones de los puntos a investigarse y contrastar resultados para obtener una información veraz y concisa con respecto a los pros y los contra de la Ley de Comunicación
- Comprobar si la prensa escrita tiene poder de influencia en la opinión pública.

Capítulo I

OPINIÓN PÚBLICA Y LA PRENSA

En el presente capítulo se exponen conceptos básicos pero fundamentales de la opinión pública y los comienzos de la prensa en el mundo y en el Ecuador, que irán de la mano con el desarrollo de la disertación, y que ayudarán también a comprender la importancia de la unión de ambos objetos de estudio.

Autores como Sartori, Habermas, Neumann, Lazarsfeld, Bourdieu y otros, muestran una posición definida, en sus respectivos aspectos, de lo que ha significado la opinión pública a través de los años, sus características, sus comienzos y el posicionamiento que ha ido tomando con cada generación. Así por ejemplo Habermas que deja apreciar su percepción a través de la estrechez de la opinión pública con la dinámica del poder y de los procesos políticos de una manera menos obvia de lo que se presenta actualmente; o Lazarsfeld con su teoría del doble flujo, donde expone una red casi confabulada para generarla. Giovanni Sartori que conceptualiza el papel principal de los medios en la formación de la opinión con la selección de noticias, establecimiento del orden de prioridades y términos de referencia en la transmisión, (“Agenda Setting”).

Nixon, dentro de otro contexto, alude a los grupos objetivos a quienes se dirigen específicamente los editoriales de la prensa escrita, para que ellos a su vez transmitan la información a sus compañeros y diferentes círculos sociales formando así una opinión cerrada de intereses y cultura pero que se propaga.

1.1 Opinión pública

Se debe recalcar que la opinión como tal ha estado presente en todo momento y que es un fenómeno social que día a día va cambiando. En el pasado la expresión de la misma

era mucho más limitada que ahora, sin embargo no ha dejado de ser causa de debates, investigaciones y polémica, pues mientras unos la relacionan con el poder político, otros la conectan con las masas y unos terceros dicen incluso que no existe.

Creo importante comenzar con el análisis que hace Habermas acerca del nacimiento de la opinión pública, pues en su primera gran obra, *Historia y crítica de la opinión pública*, (1962) alude a que todo empieza con el aparato privado, en la época medieval, con la contraposición entre *publicus* y *privatus* que provienen de una distinción del derecho romano, desdibujada con el tiempo.

Su escrito describe cómo se supone que empezó la opinión pública, haciendo referencia a las palabras que provenían del latín como *privatus* y del alemán *privaten* el siglo XVI que significaba: sin oficio público, sin ocupar cargo público o posición oficial, sin empleo relacionado con los asuntos públicos, en otras palabras, exclusión de la esfera del aparato estatal.

También se enfoca en la publicidad y «el público» que se ajustan al ámbito del poder político y de las «personas públicas», es decir, aquéllas que ejercen cargos o empleos públicos; lo que hace que se conviertan en actores de publicidad representativa, mientras más trabajadores había en una institución pública o privada, más era la propagación de los intereses de los poderosos.

Así mismo se remite a finales del siglo XVII para mencionar la actividad periodística regular que informaba al público en general, luego alude a que la información pública rompe sus ataduras con la voluntad soberana del Estado absoluto. Finalmente, estos y otros factores lo llevan a establecer un nuevo concepto de la publicidad, donde frente a la publicidad representativa empieza a tomar fuerza la opinión pública, expresión pública de las ideas de los súbditos que se consolidan como personas privadas; poder público que puede alzarse contra el poder soberano, el poder del Estado. «El público racionante comienza a prevalecer frente a la publicidad autoritariamente reglamentada». La historia de este proceso es larga.⁴

⁴Cita tomada del análisis 26b de Margarita Boladeras, J. HABERMAS, «Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel) 1964», reed. en *Kultur und Kritik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973, p. 61. (Análisis 26, 2001 Margarita Boladeras Cucurella)

“Para Habermas la sospecha de que la opinión pública no representa una «voluntad general» y que la «publicidad» tal como se da históricamente tiene defectos muy considerables, es uno de los hilos argumentales de los pensadores críticos del siglo XIX, desde Marx hasta Nietzsche. «Marx denuncia a la opinión pública como falsa conciencia: ella se oculta a sí misma su carácter de máscara del interés de clase burgués.»”.

Por otro lado Habermas, sostiene también que la opinión pública surge en un espacio público, en donde puede ser manipulada y deformada pero que sin embargo constituye el eje de cohesión social, en su análisis de la obra *Factibilidad y Validez*, publicada en 1992, dice que las libertades individuales y políticas dependerán de la dinámica que se presente en cada uno de estos espacios.

Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. (...) Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.⁵

Por su parte Elisabeth Noelle-Neumann en su libro *La Espiral del silencio* relaciona la opinión pública con el miedo al aislamiento social que tiene el individuo “La opinión pública puede ser descrita como la opinión dominante que obliga a la sumisión de actitud y de conducta en cuanto amenaza al individuo disidente con el aislamiento, al político con la pérdida del respaldo popular”⁶.

La autora manifiesta que las personas tratan de organizar sus ideas para luego juntarse a una mayoría, donde la fuente de información vendría a ser los medios de comunicación. En su teoría argumenta que

El resultado es un proceso en espiral que incita a otros individuos a percibir los cambios de opinión y a seguirlos hasta que una opinión se establece como la actitud prevaleciente, mientras que la otra opinión la aportarán y rechazarán todos, a excepción de los duros de espíritu, que todavía persisten en esa opinión. He propuesto el término espiral del silencio para describir este mecanismo psicológico⁷

⁵ Ibíd., p. 63

⁶ Noelle, Neumann, Elisabeth, *La Espiral del silencio, opinión pública, nuestra piel social*, Paidós, Barcelona 1995

⁷ Ibíd. p144

En el libro *la Influencia Personal* de 1955, Katz y Lazarsfeld trabajaron para estudiar la efectividad de los intentos de los medios de comunicación por influenciar opiniones a muy corto plazo. Tras una investigación propusieron cuatro variables que ayudan a entender el proceso de comunicación masiva que son:

La “exposición” deriva de la investigación de la audiencia. La exposición o no exposición puede ser el resultado de factores tecnológicos, políticos, económicos, y especialmente de factores voluntarios – es decir, simplemente no encender el televisor.

El carácter diferencial de los medios: La investigación correspondiente a esta categoría presenta el interrogante general: ¿Cuál es la diferencia del efecto del Mensaje X si se transmite a través del Medio A, B, o C?

El contenido: (en el sentido de forma, presentación, idioma, etc.) El interés principal de la investigación de los medios de comunicación en esta área se relaciona con el intento por explicar o predecir los diferentes efectos según los distintos contenidos.

El estudio de las actitudes y predisposiciones psicológicas de los miembros de la audiencia: Éstas pueden modificar, o en algunos casos cambiar totalmente, el significado de un mensaje determinado.

Estas cuatro variables contribuyen a facilitar el flujo de las comunicaciones entre los medios y las masas. Los autores, diagnosticaron el papel que desempeña la gente como intermediarios e influyentes, siendo de nuevo, los medios de comunicación el principal factor determinante de una decisión.

Así, proponen la idea del líder de opinión y el flujo de comunicación en dos etapas, pues refiriéndose al tema de votación, según Lazarsfeld y Katz, la gente tiende a votar de la misma manera que lo hacen en su círculo de relaciones sociales: las esposas como sus maridos, los miembros de un club como sus clubes, etc. En su investigación, encontraron que estos líderes de opinión no se parecían absolutamente en nada a quienes tradicionalmente se los considera como influyentes; los líderes de opinión parecían estar distribuidos en todos los grupos ocupacionales y en todos los niveles sociales y económicos, que a su vez se dejan influenciar, según estudios, por los medios de comunicación.

En general, las ideas parecen fluir desde la radio y la prensa hacia los líderes de opinión y de éstos a los sectores menos activos de la población.

Dentro de las diferentes políticas que con el pasar del tiempo toman las clases sociales, respecto a sus intereses, quiero también nombrar a Pierre Bourdieu, quien hace un análisis acerca de la opinión pública y plantea que ella no existe, pues alude que es imposible tener una posición objetiva en torno a las opiniones. En una conferencia impartida por Bourdieu en Noroit (Arras) pone en cuestionamiento las encuestas de opinión pública que se han hecho a lo largo de los años, debido a que afirma que no hay más que intereses político y de poder, detrás de todas ellas:

En suma, he querido decir que la opinión pública no existe, al menos bajo la forma que le atribuyen los que tienen interés en afirmar su existencia. He dicho que existen, por una parte, opiniones constituidas, movilizadas, de grupos de presión movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados; y, por otra, disposiciones que, por definición, no son opinión si se entiende por tal, como he hecho a lo largo de todo este análisis, algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión a la coherencia”.⁸

En su posición insta a que la clase social que tiene el encuestado siempre va a influenciar en las respuestas que se den y eso permite que el encuestador elija el público al que quiere encuestar para sacar una tendencia a su favor.

En relación con el tema enfocado, es materia de lugar común la influencia de los medios de difusión masiva (prensa escrita en este caso) no sólo en la opinión de las personas o de los públicos, sino esencialmente en la conformación de conductas concordantes a los contenidos manifiestos o latentes de los mensajes.

Con el pasar de los años la prensa ha tomado un papel muy importante en la formación de la opinión pública. Según Nixon, el efecto que tiene la noticia en cada persona puede estar ligado a varios factores, según nuestros intereses y según nuestra cultura:

En el campo de la transmisión de noticias, el deseo puede ser simplemente dar a conocer el significado de la relación. Bastaría con asegurarse de que el público comprenda la “S”, de la misma manera que quien la transmite. Pero si quienes leen el mensaje son un editorialista, un publicista o un hombre público, estos pueden tener interés en aspectos más particulares. En cualquiera de los casos se debe confeccionar el mensaje atendiendo a los fines y necesidades del sujeto.⁹

Por lo tanto cada sección de la prensa puede ser sujeto de una percepción y un público diferente. Así por ejemplo Nixon señala que debido a la competencia y a la elección de la

⁸ Conferencia impartida en Noroit (Arras) en enero de 1972 y publicada Les Temps modernes, no. 318, enero de 1973, pp. 1292-1309. Ver también: P. Bourdieu, Questions de sociologie, Paris, Minuit, 1984, pp. 222-250

⁹ Raymond Nixon, Opinión pública y el periodismo, segunda edición, Quito Ecuador, Ciespal, 1963 P 73

lectura, los líderes de un grupo pueden moldear la opinión pública. Refiriéndose a líder no al presidente, alcalde o alguna autoridad importante de una nación, sino más bien a aquellos que en su grupo social tienen mayor credibilidad brindada por sus colegas. Nixon expresa que mucha de la información que recibimos nos llega de segunda mano, a través de estos líderes de opinión que habitan en el círculo social en el que nos desenvolvemos, así todos los integrantes del gremio hayan tenido la misma fuente de información, ya sea periódicos, o televisión. Nixon asegura también que es por eso que existen muchos libros o datos que solo llegan a un grupo determinado de personas, las cuales más tarde se vuelven los líderes.¹⁰

“La diversidad de material insertado en los periódicos ejerce una influencia relativa, según los públicos. Así los editoriales pueden ser leídos por menos cantidad de gente que la que se interesa por las tiras cómicas” (...) “Tenemos en Estados Unidos dos columnistas de periódico muy conocidos. El uno se llama Walter Lipman y el otro Walter Winchel. El primero es un autor que comenta en forma seria sobre importantes cuestiones de interés nacional e internacional. Walter Linchel, escribe sobre los chismes del cine. Es el tipo de columnista popular. Sospecho que Walter Winchel tiene tres veces más lectores que Walter Lipman. Sin embargo, Walter Lipman ejerce, indudablemente, mas influencia, ya que es leído por gran número de líderes de la opinión de los Estados Unidos, desde el Presidente hasta los incontables lectores de la localidad”.¹¹

Por su parte Giovanni Sartori, un investigador de la ciencia política, plantea la teoría de la agenda Setting, la cual prioriza, ordena y selecciona las noticias con respecto a opiniones heterodirigidas, donde la agenda setting dice sobre qué pensar, es decir, donde el proceso colectivo en que los medios masivos de comunicación, gobernantes y la influencia del público determinan aspectos considerados como importantes.

Las opiniones heterodirigidas son en cambio la opinión pública, abierta y expuesta a flujos de información exógenos (que recibe del poder político o de instrumentos de la información de masas). El autor dice que los medios pueden influir en el consenso social porque surge una variante dentro de la opinión pública, ya que circula información democráticamente por parte de la sociedad, es la idea o expresión de la ciudadanía en este caso, los medios de comunicación, dejan ante la sociedad incompleta información, pues todo va surgiendo como se vaya desarrollando la agenda de dicha programación, perdiendo la información más importante para el beneficio de la sociedad.

¹⁰ Ibíd. P 78

¹¹ Raymond Nixon B, Opinión pública y el periodismo, segunda edición, Quito Ecuador, Ciespal, 1963 P 75

Sartori afirma que los medios influyen al consenso, en este caso la opinión pública sale afectada por el beneficio de los medios.

El investigador asocia el concepto de opinión pública con la política, dando a entender que no puede haber opinión pública sino se está en un gobierno democrático, o tal como lo dice él:

“la opinión pública es el fundamento esencial operativo de la democracia”¹², la cual se basa en la soberanía popular, donde el pueblo para ser soberano debe poseer y expresar opiniones.

Por eso dice que la opinión es ‘doxa’ (simple opinión) y no ‘episteme’ (saber o ciencia). A la democracia representativa solo le interesa que el público tenga opiniones y no conocimientos filosóficos, para así pasar de ser un ‘un gobierno del saber’ a ser un ‘gobierno de la opinión’.

Además define a la opinión pública como una opinión generalizada o como un estado mental difuso que interactúa con flujos de información sobre el estado de la cosa pública¹³, que puede existir sobre cualquier tema que se difunde entre un gran público que está interesado en esa cosa pública, un público de ciudadanos que tiene una opinión sobre la gestión de los asuntos públicos, de los asuntos de la comunidad política, donde el sujeto es además el objeto de la expresión. Una opinión es pública porque es del público, “porque afecta a objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común y la res publica”¹⁴.

Queda claro, entonces, que los autores señalados en esta primera parte, tienen un consenso bastante amplio sobre el tema, aceptando que los medios de comunicación crean un ambiente condicionado para atraer la concentración pública y con ello formar la opinión y no el análisis de cualquier objeto a tratar.

1.2 Medios de comunicación

La evolución semántica de la palabra *comunicación* apareció en el siglo XIV en la lengua francesa y en el siglo XV en la lengua inglesa. Proviene del latín *comunicare*, en principio

¹² Giovanni Sartori. Elementos de Teoría Política. Alianza Editorial. España, 1999. Capítulo 8: Opinión Pública p. 172

¹³Op. cit., p. 171

¹⁴Op. cit., p.169

este término se asoció a la idea de “participar en”, hoy en día la palabra denota el “participar del mismo lenguaje de la razón y/o hacer parte de una misma comunidad” además de todas las dimensiones del acto funcional de intercambio: el objeto o el contenido intercambiado, las técnicas empleadas (los medios de comunicación como el escrito, el oral etc.) y las organizaciones económicas que desarrollan y maneja estas técnicas bajo las formas de medios nacionales o locales.

El objeto de un medio de comunicación es justamente la mediación entre el sujeto y una fuente de información. Para algunos, los medios de comunicación son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados; así también hay quienes piensan en los medios de comunicación como un reflejo de la sociedad del momento.

Un medio de comunicación es ante todo una empresa, detrás de cada uno hay un grupo empresarial y una razón social, la mayoría tienen fines de lucro, por lo que venden espacios publicitarios de acuerdo a su nivel de audiencia, así se dividen en horarios A, AA y AAA, ésta es la manera en la que ingresan réditos económicos para poder mantener el negocio de informar.

En este punto aparece el apetito de los medios por la difusión de contenido cargado de violencia porque es lo que mejor se vende. Como dice el psiquiatra Luis Rojas Marcos, desde los principios de la civilización en casi todas las culturas, el hombre ha sentido fascinación por los relatos y escenas de violencia. Si a ello añadimos que detrás de un medio de comunicación hay un grupo empresarial que vende productos, tendremos la palabra "negocio".

La mercancía es la noticia que consume una audiencia, que proporciona una publicidad que a su vez genera enormes ingresos. Pero además obtienen otro valor añadido muy importante a medio y largo plazo: crear opinión pública, calar en las mentes de las personas, conseguir "consumidores".

Por otro lado, el apoyo mediático a un gobierno en estos temas, también puede traducirse en otro tipo de beneficios como publicidad institucional, licencias de emisión, mejor régimen fiscal, o hasta la posibilidad de conseguir una legislación beneficiosa a los fines expansionistas de la empresa en cuestión. Todo es dinero."Las empresas de

comunicación se han convertido en grandes holdings empresariales. Sus intereses no están relacionados con la información”¹⁵

Ignacio Ramonet propone: “la creación de un quinto poder para recuperar un espacio de lo público como eje de la labor que hoy cumple el periodismo”. El que antes se denominaba “cuarto poder” hoy se ha convertido en instrumento de los grupos económicos planetarios¹⁶. Además plantea que: “los globalizadores han declarado que el siglo XXI sería el de las empresas globales; desde el Observatorio afirmamos que será el siglo en el que la comunicación y la información pertenecerán finalmente a todos los ciudadanos”¹⁷.

Por otro lado se deduce que la razón de ser de un medio de comunicación es la de informar, su audiencia es masiva, la cantidad de datos que son difundidos no están debidamente segmentados, por lo que se considera que los medios de comunicación difunden *información de masas*, donde las particularidades y los detalles se pierden.

Hay una saturación de la información, todos los datos que llegan a las audiencias no son debidamente decodificados, por lo que esa información se desvanece en el mismo momento en que el sujeto la recibe.

“La comunicación de masas es un diálogo jerarquizado, pero al fin y al cabo un diálogo, incluso en la dominación y en el sufrimiento. Forman un juego en el cual se negocian múltiples relaciones de clases, de géneros, de edades, y no solamente la dominación de un centro con respecto a una periferia”¹⁸.

“Se debe relacionar la ideología con la historia, la hegemonía con el conflicto, el poder y la cultura, para describir un universo de medios en equilibrio inestable, atravesado por tensiones y apropiaciones contradictorias”¹⁹.

Algunos autores relacionan la palabra comunicación y medios como un acto o un estado ideal, como un acto de poder en común donde emisor y receptor comparten el objeto intercambiado. Los medios, puesto que conectan a los hombres, forman culturas y participan de las culturas, a la vez favorecen, socavan o estabilizan poderes,

¹⁵Revista Fusión, Los Medios de Comunicación y el negocio de la guerra. Julio 2008.

¹⁶Ignacio Ramonet, La Tiranía de la Comunicación. Colombia. Editorial Debate 2003. p. 55

¹⁷Ibíd. p. 45

¹⁸Maigret, Eric. Sociología de la Comunicación y de los Medios. Colombia. Fondo de Cultura. Económica 2005. p. 25

¹⁹Ibíd. p. 26

“están en las redes de los poderes pero no constituyen redes de poder en sí mismos, entidades demoníacas autónomas”²⁰

“El efecto de conjunto y la industria cultural es el de una anti-desmitificación (...) la dominación técnica progresiva se convierte en engaños a las masas, es decir, en los medios de amordazar la conciencia”²¹.

Los medios masivos sirven de contacto en el ámbito de la sociedad civil y entre ésta y las instituciones de un modo mucho más marcado por el conflicto que por el consenso.

Para Umberto Eco, los medios de comunicación son el cuarto poder, y su función es la de criticar a los otros tres poderes tradicionales, y puede hacerlo en un país libre, porque su crítica no tiene funciones represivas:

“Los medios de masas solo pueden influir en la vida política creando opinión”²².

El proceso comunicativo en los medios de masas depende de la relación de por lo menos dos actores, las audiencias y los emisores, además de la elaboración del mensaje, el canal y la interpretación.

Gráfico # 1: Proceso comunicativo



²⁰ Maigret, Eric. Sociología de la Comunicación y de los Medios. Colombia. Fondo de Cultura. Económica 2005. p. 49

²¹ Theodor Adorno, L'Industrieculturelle. [s.a] 1962. p. 42

²² Eco Umberto, Cinco escritos morales, Barcelona, Editorial Lumen 1998. p. 62

A decir de Maigret los medios masivos sirven de contacto en el ámbito de la sociedad civil y entre ésta y las instituciones de un modo mucho más marcado por el conflicto que por el consenso.

“Con la narración, el sueño, es decir el trabajo sobre sí mismo, la representación y la protesta, los medios plantean una negociación del sentido de la vida en común, desigual e inestable, pero continua y generalizada, como actualmente lo demuestran”²³.

Así, el proceso comunicativo que se da en los medios se da en una relación de poder

“la comunicación de masas es un diálogo jerarquizado, pero al fin y al cabo un diálogo, incluso en la dominación y el sufrimiento”²⁴.

La comunicación en esta época ha tomado un giro que va más allá de una retroalimentación de información, está buscando una nueva forma para la sociedad y el mensaje social, que integre las nuevas sensibilidades, la diversidad cultural, la pluralidad de rostros y voces.

Así las nuevas tecnologías han encontrado una razón de ser para cada sociedad, pues son factores de conexión y cohesión social.

1.2.1 Historia de la prensa escrita

Con los años se han establecido varios relatos e investigaciones acerca de cómo se consolidó un texto diario que permita conocer historias lejanas y de nuestro entorno sin tener que estar en todos los lados al mismo tiempo.

Narraciones que surgieron con una necesidad común, la de ser informados; y que han tenido una evolución casi inimaginable siglo tras siglo.

En la siguiente contextualización me he permitido tomar la historia de la prensa resumida por Carmen Alcalde, periodista europea, quien cita que

“La necesidad surgida entre los hombres de comunicarse entre sí se remonta al principio de su existencia. Si nos detenemos a pensar en la utilidad del legendario “tam-tam” nos

²³Maigret Eric Sociología de la Comunicación y de los Medios. Colombia. Fondo de Cultura. Económica 2005. p. 27

²⁴ Ibíd. p. 25

daremos cuenta que fue uno de los primeros sistemas de utilización del lenguaje para comunicar a los vecinos de propia tribu y a otras tribus extranjeras, la inminencia de un peligro, la muerte de uno de sus miembros, la caza y la pesca, etc.”.

En estas manifestaciones primitivas de la posibilidad de los hombres de comunicarse entre sí a través del lenguaje; reside la primera diferencia que eleva al hombre por encima de las otras especies.²⁵

Pero transcurrieron aun muchos miles de años antes de que el hombre iniciara, como sistema de comunicación, la palabra manuscrita y, mucho más, hasta el siglo de Gutemberg, la palabra impresa. Uno de los grandes reportajes históricos del acontecer social de la época fue la primera Enciclopedia escrita en China hace más de 2 mil años. La curiosidad que sienten los humanos por conocer la vida de sus semejantes es el primer motor que impulsa todo el complejo de la información que, a lo largo de la historia, se desarrolla y sofisticada a unos niveles impensables. Niveles de rapidez, niveles de ampliación informativa del hecho, etc.

La rapidez en dar la noticia es, desde que surgió la necesidad de la noticia, la cualidad más indispensable que esta requiere. Al principio, cuando se producía un hecho en determinada agrupación humana, y un hecho de interés más allá del interés personal, este hecho se comunicaban de unos a otros a través del sonido, de la voz, de la música, del relato cantado, etc.

Es a mediados del siglo XVI, con la invención de la imprenta, cuando se inició la época de transmitir las noticias a través de la letra impresa. Se crearon las modalidades de hojas sueltas, de cartas entregadas a mano, de panfletos, que constituyeron la primera figura predecesora de la información escrita periódica. El mundo europeo se convierte en un campo de batalla en el siglo XVII y los avatares de las guerras excitaban la curiosidad de los ciudadanos interesados en la victoria o en la derrota de aquellos que fueron sus amigos o enemigos.

Es en este siglo cuando se produjo el momento histórico del nacimiento del noticiar un hecho, de fijarlo, cuando este se produce, en el lugar, en la fecha y en las circunstancias en que se ha producido. Se perfeccionó la redacción de los panfletos y se avanzó considerablemente en el proceso de distribución. Fue en Inglaterra, y en este mismo siglo, a causa de la contienda anglosajona, donde mayores progresos se hicieron en el campo de la información aunque muy pronto el ejemplo cundió por el resto de Europa.

²⁵ Carmen Alcalde, Como leer un periódico, Barcelona- España, Caspe, 1981 p. 7-10

Primer diario

A partir de estas hojas sueltas, de estos panfletos sin control en las fechas de publicación, empezaron los primeros experimentos sobre la periodicidad en la información escrita. El primer periódico anual lo editó una empresa suiza que, a base de capítulos, informaba sobre la situación europea, tanto en referencia a las guerras, como en el comercio, las importaciones y exportaciones, escándalos de familias, etc.

Y fue en 1669, en la ciudad de Praga, cuando nació el primer periódico diario con el nombre de *Avisa RelationorderZeitung*.

El público europeo acogió gustoso la nueva moda que muy pronto se extendió a Londres, Viena, París y las principales ciudades del mundo occidental.

Estas primeras experiencias tuvieron una apariencia semejante, traducida al idioma de cada país y la palabra que sirve de cabecera a todos es la de *Avisos*. En general, todos estos países iniciaron, antes de experimentar la publicación diaria, otras periodicidades, semanal o quincenal, hasta que el éxito de su difusión y de su venta hicieron recomendable la edición cotidiana.

Francia pionera

Bajo la batuta del conocido historiador TeofastoRenaudot, amigo y protegido del Rey y del cardenal Richelieu se consolidó en Francia el primer periódico capaz de soportar y garantizar una periodicidad estable y una larga vida: Fue la *Gazzette de francey*, desde ese momento, que los estudios de la prensa escrita tendrían que partir de esta experiencia de Renaudot para hacer historia del periodismo, como el padre de la prensa moderna. Pese a otros antecedentes ninguno se consolidó como la *Gazzettefrancesa*. TeofastroRanaudot, en su periódico, inauguro también la fórmula de *Editorial* que todavía subsiste en la mayoría de los periódicos de hoy.²⁶

Primeras experiencias en el mundo

Los primeros periódicos que empiezan a circular de una manera regular y estable por el mundo, ya muy entrado el siglo XVII, se ocupan de informaciones de carácter general, del comercio y de la industria, colaborando eficazmente a las relaciones internacionales. Es el momento del capitalismo naciente, Además de los negocios empiezan a concedérseles una importante atención a los temas de la vida social, a las historias del

²⁶ Ibíd. P 11

corazón y a los diversos escándalos que se producen en la época. Es cuando empiezan las primeras diferencias entre dos tipos de prensa: la conservadora y la sensacionalista. El editor toma conciencia de la amplia influencia que tiene su publicación en la opinión pública. También los políticos se dan cuenta de que pueden utilizar los periódicos como instrumentos de poder para mentalizar la sociedad hacia sus propios intereses. La voluntad popular puede ser dirigida, controlada y manipulada. Por su parte, el público empieza a sentir la necesidad de seleccionar su propia prensa, la que le merece más credibilidad. Aunque los primeros periódicos se elaboran de una forma muy artesana y personal, los periodistas adquieren gran influencia entre sus lectores y su palabra adquiere gran incidencia en la vida ciudadana. Es a partir de este momento cuando los gobernantes que ven según se les ataque en la prensa o se les alabe, ganan o pierden autoridad y garantías de permanecer en el poder. Empiezan pues las primeras restricciones de la libertad de escribir y, simultáneamente se inicia la lucha por la libertad de prensa. Esta batalla fue muy larga y dura y solo con el advenimiento de la Revolución Francesa empezó a clarificarse un cierto régimen de libertad con la Declaración de los derechos del Hombre.²⁷

1.2.2 Características de la prensa escrita

Según Jacques Kayser se pueden señalar varias condiciones a las que debe estar sujeto un periódico para poder denominarse de esa manera, las cuales serían las siguientes:

La publicación debe ser impresa: El término impreso abarca también muchas formas de impresión a mano, al igual que los diversos procedimientos de impresión mecánica tales como la tipografía, la litografía, el offset, el tiraje en duplicadores etc. La publicación debe ser ofrecida al público. Dicho de otra manera, conviene que el público pueda obtenerla, sea pagándola o gratuitamente. La publicación debe presentarse en serio continuo y bajo un mismo título, el ritmo de la publicación hecha a intervalos regulares o irregulares debe ser superior a una vez por año y cada ejemplar debe estar fechado y numerado.²⁸

Sin embargo, en sus inicios podían encajar en ciertas características singulares y no tan contradictorias a las que tenemos actualmente. “Al principio, contra lo que algunos puedan pensar, los periódicos eran neutrales o apolíticos, sino precisamente al revés. Desde los tiempos de las revoluciones burguesas y a lo largo de los siglos XVII y XVIII,

²⁷ Carmen Alcalde, Como leer un periódico, Barcelona- España, Caspe, 1981 p. 12

²⁸ Jacques Kayser, El periódico, estudios de morfología de metodología y prensa comparada, Quito Ecuador, 1966

los diarios eran instrumento de las tendencias políticas. Se imprimían en busca de los limitados sectores sociales capaces de adquirirlos o leerlos, con la intención de organizar alrededor un grupo de influencia o partido. Así, diferentes periódicos fueron creados por grupos liberales, conservadores, demócratas, republicanos, radicales, federalistas o socialistas.

El esquema pervivió en el siglo XIX, hasta el extremo de que se ha afirmado que, en aquel momento, *primero era el periódico, después el partido*. Esta función propagandística del periodismo comenzó a convivir en aquel mismo siglo con nuevos modelos de diario, que respondían a la existencia de un público más variado. De esta forma, hacia la mitad del siglo XIX, había cuatro tipos de periódicos:

Los de partido, los de negocios, los dominicales (dirigidos a lectores no habituales) y los de saldo o de penique (pennypress), como eran conocidos en el Reino Unido, porque tenían un precio simbólico, inferior a su coste de producción”.²⁹

En los medios de comunicación trabajan varios profesionales, técnicos, ingenieros, diseñadores, publicistas, administrativos, documentalistas, entre otros, sin embargo la base de cualquier informativo es el periodista, quien debe estar sujeto y trabajando en la denominada redacción. Así también existen periodistas que colaboran con el medio como los corresponsales (locales, en ciudades diferentes), los colaboradores (aportan información desde fuera) o los FreeLancer, que trabajan por cuenta propia

Componentes de la Redacción

Además de todas las personas que se han citado anteriormente, se debe tener en cuenta el lugar físico que acogerá a todas las personas que aportan en la elaboración del diario. Por lo que “La redacción es la forma de organizar el grupo de trabajo o el equipo periodístico que hay detrás de un medio de comunicación. La estructura de las redacciones es piramidal.

En lo más alto de la pirámide está el director, que es el máximo responsable del diario (o del informativo radiofónico o televisivo). Tiene la función de relacionarse con la persona, la empresa o la entidad propietaria del medio y decidir las líneas informativas y editoriales.

Detrás del director están los directores adjuntos y los subdirectores, que comienzan ya a especializar sus responsabilidades (opinión, internacional, etc.)

²⁹ Montserrat Ferrer, Noticias: redacción y diseño de prensa, Valencia, 2000 P. 37

En otro nivel están los redactores jefes, ya completamente vinculados a áreas concretas del diario. Por debajo, están los jefes de sección (deportes, economía, sociedad, política, etc.) y, en las redacciones más grandes, también los subjefes de sección. En la base, se sitúan los redactores y reporteros.

El equipo directivo, lo que se denomina staff, tiene la responsabilidad de marcar las previsiones, revisar las informaciones, evaluar su importancia y decidir la forma y la extensión que tomaran definitivamente las noticias. La primera plana del diario siempre la decide el director y suele surgir de una reunión que hace con su staff, en la que se discuten las noticias y su interés.

En los periódicos modernos, gracias a las facilidades que dan las nuevas tecnologías (y sobre todo en la radio y la televisión, que cuentan con varios espacios informativos a lo largo de la jornada), se hacen varias ediciones durante el día. Es clásico el ejemplo del New York Times, uno de los periódicos más importantes del mundo, que hacia tradicionalmente una edición dedicada a la ciudad de Nueva York y su área metropolitana y otra para el resto de los Estados Unidos, una para la costa este y otra para la costa oeste.

Ahora, son muchos los rotativos que lanzan la multiplicidad considerable de ediciones. Algunas dependen de las horas de cierre (a partir de las cuales se imprime en las rotativas una determinada tirada de ejemplares) y hacen necesario actualizar y renovar los contenidos informativos cada vez. Otras son de carácter territorial (diarios españoles como El País, ABC, o El Mundo tienen redacciones, plantas de impresión y ediciones en varias ciudades y comunidades autónomas; otros periódicos regionales o locales, como por ejemplo Levante, de Valencia, o información de Alicante, hacen ediciones comarcales). Los diarios más potentes lanzan, incluso, ediciones internacionales, que se distribuyen por todo el mundo y tienen una mayor presencia en aquellas informaciones que pueden interesar a los ciudadanos de países muy diversos. En los últimos tiempos, además, la mayoría de los periódicos más importantes, adaptándose a las nuevas posibilidades que ofrecen la informática y la telemática, han lanzado ediciones digitales, que se pueden consultar a través de Internet. Todo esto complica extremadamente la tarea de la redacción y del equipo directivo de estos medios, pero acerca muchísimo el producto a los lectores.³⁰

³⁰ Montserrat Ferrer, Noticias: Redacción y diseño de prensa, Valencia, 2000 P 37

1.2.3 Información en un diario

En este ámbito el periodista debe estar encargado de conseguir toda la información posible y necesaria para poder contrastar e ilustrar una noticia. Como es de nuestro conocimiento, una sola persona no lo puede hacer sola, pues necesitara de terceros, muchas veces, para obtener los que necesita, a lo que se denomina, fuentes informativas, que se podrían derivar a su vez en fuentes propias, anónimas, confidenciales o institucionales.

Un diario debe tener material informativo que no sea uniforme, pues con esto podrá cautivar al lector, por esto los llamados géneros periodísticos son de mucha importancia en la elaboración de uno.

Según el libro *Redacción y diseño de prensa de Ferrer, Lluch y Beltran*, se podría dividir inicialmente a estos géneros en dos, de información que serian la noticia, crónica, entrevista y reportaje y de opinión que incluirían el artículo de opinión, editorial del diario, tribuna d debate, critica de teatro o cine, etc.

De igual manera se enuncia la posibilidad de organizar los géneros en la denominada tipología latina que diferencia cuatro actitudes. La informativa que conlleva la noticia y el reportaje, la interpretativa que sería la crónica, la de opinión con las columnas, critica editorial; y la actitud de divulgación o de entretenimiento que serian los temas restantes.

Para este estudio utilizaré la primera división.

Tomados en cuenta estos pasos, el orden y la jerarquización de la información son los pasos siguientes más importantes a realizar.

La primera página resume la visión que cada diario tiene de la actualidad y va configurando una imagen del diario. Cuantas más noticias aparecen en la primera pagina, mas difícil es hacerla atractiva. Algunos diarios mantienen un cierto equilibrio en la extensión de las noticias de esta primera pagina e incluyen en ella un sumario con titulares que remiten a noticias del interior; otros; dedican mucho espacio a una noticia y resumen el resto de informaciones solo con titulares o, incluso, dedican toda la primera pagina a una única noticia. También hay diferencias en el tratamiento grafico.

Dentro de la misma página también encontramos jerarquía. La informaciones más extensas logran mayor relieve que las breves, las que se publican por arriba son más destacadas que las que aparecen situadas debajo, las noticias que van a cuatro

columnas son más valoradas que aquellas que se publican a tres, a dos, o a una columna.

Por otra parte, los diarios han de presentar las noticias de forma ordenada, para facilitar que los lectores puedan encontrar las informaciones que más les interesan. Así, en diferentes secuencias según lo que el periódico quiera destacar más o menos, los diarios organizan sus páginas en secciones como internacional, economía, política, sucesos, información local, cultura, deportes, etc.³¹

Para ubicar las notas en un periódico hay un estilo definido, pues se toma en cuenta el recorrido visual que hace el lector, así se las prioriza de más a menos importante.

“Tradicionalmente se creía que el primer lugar donde se fijaba la vista era el ángulo superior derecho; por ello, se colocaba en este espacio una noticia importante. En la actualidad, en cambio, conviven dos teorías respecto a este asunto.

Una teoría sostiene que la lectura de la primera página es circular, comenzando en el ángulo superior izquierdo y siguiendo el sentido de las agujas del reloj. Se denomina lectura circular o envolvente. Por ello, la noticia principal se coloca en el ángulo superior izquierdo en lo que se denomina región o área óptica primaria”.³²

El proyecto de la lectura de un periódico, explica que la segunda lectura de un periódico también puede ser dividiendo la página en dos mitades horizontales (superior e inferior) y dos mitades verticales (izquierda y derecha). Considera que la parte superior tiene mayor valor que la inferior y que la izquierda tiene más valor que la derecha.

“Queda, pues, dividida la plana en cuadrantes: superior izquierdo, superior derecho, inferior izquierdo e inferior derecho, de los cuales el más importante será el superior izquierdo y el menos, el inferior derecho. En consecuencia, según esta teoría la vista hace una lectura siguiendo el trazado de la letra zeta”.³³

1.3 El caso de la prensa en el Ecuador

Son pocos los registros que se tienen acerca de los comienzos de la prensa en el Ecuador, sin embargo todo indica que en Quito y tras varias persecuciones, se pudo consumir un trabajo que si bien no era permitido, por las denuncias y opinión pública que fomentaba, fue concebido como profesión luego de varios años.

La primera imprenta fue traída desde España a la Real Audiencia de Quito por la Compañía de Jesús, en el año de 1755. Hasta 1825 la imprenta fue utilizada para

³¹Ibid., pag 43

³² Rafael López, Begonia López, Natalia Bernabeu, Proyecto Mediascopio Prensa, La lectura de la prensa escrita en el aula, España, 2008.

³³Ibíd, Pág 28

imprimir hojas sueltas y para el periódico titulado “El Espectador Quiteño” cuyo impresor fue Ignacio Vinuesa, quien trabajó en la casa de Manuel de la Peña. En este periódico se imprimían alusiones personales contra el General Juan José Flores intendente general del departamento de Quito (1823-30), que después se convertirá en el primer presidente de la república del Ecuador, influencia que le mantendría hasta 1845 año del triunfo de la Revolución Marxista. Indagado por los ataques de este periódico el General hizo asaltar la imprenta, romper la prensa y arrojar los tipos a la calle, según los datos señalados por Juan Ceriola.³⁴

Gustavo Arboleda en su libro *El periodismo en el Ecuador* de 1909 enuncia varias pautas que nos podrían ayudar a comprender cómo surgió la idea de un texto periódico en el Ecuador. Arboleda en un relato corto señala los inicios de lo que pudo ser la historia del periodismo y específicamente de la prensa en nuestro país. Su obra titulada *Datos para un Estudio* sostiene que debido a la escasez de trabajos en la materia, no se conoce mucho el movimiento intelectual de los siglos XVII, XVIII, XIX por lo que su relato empieza diciendo que “En 1791 a empeños del Conde de Casa Gijón, y bajo los auspicios del presidente de la real audiencia, don Luis Muñoz y Guzmán, se fundó en Quito una sociedad patriótica con el nombre de “Escuela de la Concordia”. A tal sociedad pertenecieron los hombres más ilustrados de la capital ecuatoriana de Santa Fe y de otras ciudades”.³⁵

De esta manera fueron más de 50 personas los que conformaban este exclusivo grupo incluyendo a “El doctor Francisco Eugenio de Santa cruz y Espejo, médico y literato nacido en Quito en 1740, de raza indígena dirigió de Bogotá, donde se hallaba desterrado por diversos escritos que le merecieron el concepto de disociador, un discurso a la muy ilustre y muy leal ciudad de Quito, representado por su ilustrísimo cabildo, justicia y regimiento que a todos los señores socios provistos a la erección de una sociedad patriótica sobre la necesidad de establecerse, con el título de escuela de Concordia. El doctor Santa cruz y Espejo, de regreso a su tierra nativa actuó como secretario de la “Escuela” y a él se debió la fundación y redacción del primer periódico de la República, aparecido el jueves 5 de enero de 1792, como órgano de tal corporación.

³⁴ La prensa escrita y su ideología, en línea:

<http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

³⁵ Gustavo Arboleda, *El periodismo en el Ecuador, Datos para un estudio*, Guayaquil, Linotipos de El Grito del Pueblo, 1909, p 3.

El periódico, denominado Primicias de La Cultura de Quito, se acabó pronto, después de 7 números, porque las autoridades españolas le declararon sorda guerra a Espejo, lo cual acabó también con la “Escuela de la Concordia”.

El fracaso de las Primicias y la muerte de su redactor, cuatro años después, fueron motivo para que transcurriesen más de tres lustros sin otra publicación periódica, ya que las persecuciones a Nariño y a otros patriotas de Santa Fe eran sobrado escarmiento para escritores que no deseaban sufrir vejámenes por el delito de meterse a periodistas, y así fue necesaria la revolución de 1809 para el resurgimiento de la prensa.³⁶

En 1810 salió el tercer periódico, *Gaceta curiosa*, sincero republicano, pero como el anterior, irónico y burlesco. No volvieron a publicarse hojas periódicas sino después del triunfo definitivo de la república, y los más de los talleres tipográficos eran desprovistos de elementos adecuados, contruidos así las prensas como los tipos en la misma capital.

En 1824 se publicaron El Noticioso, ministerial, y El Pensador quiteño, opositorista, cuya imprenta fue empastelada, en 1827, El Imperial, gobiernista; en 1828, El Garrote; en 1832, El Republicano.

La Primera administración del general Juan José Flores encontró desde comienzos fuertes núcleos de opinión que le eran adversos. Apagado el entusiasmo que en algunos espíritus bullera por la reintegración de la república de Bolívar, el gobierno del general Flores tuvo que habérselas con adversarios de sus disposiciones gubernativas, los que llegaron a constituirse debidamente en club o sociedad política que llevó el nombre de El Quiteño Libre.

Uno de los propósitos que tuvieron en mira los socios fue la publicación de El Quiteño Libre, periódico cuya redacción se confió a Pedro Moncayo.

El primer número apareció el 12 de mayo de 1833, con este programa: “Encaminado a defender las leyes, derechos y libertades del país; a denunciar toda especie de arbitrariedad dilapidación y pillaje de la hacienda pública; a confirmar y generalizar la opinión en cuanto a los verdaderos intereses de la nación y a defender a los oprimidos y atacar a los opresores”.

Era, dice el historiador Ceballos, el primer escrito de este género que amenazaba a sacar a la luz los actos públicos extraviados del gobierno, y la voz, de El Quiteño Libre, fue por consiguiente aceptada, escuchada y difundida con entusiasmo. Su merito principal

³⁶ Ibíd. P 6

consiste en haber sido el primero que levantó la voz después de tanto tiempo de silencio y en medio de la bayonetas”³⁷.

Sin embargo en el periodo de transición existieron varios periódicos:

- * “El Conservador” año 1819
- * “El Monitor Quiteño” año 1823
- * “El Noticioso” año 1825
- * “El Republicano” año 1825
- * “El Imparcial”
- * “El Garrote”
- * “La Gaceta de Quito” año 1829
- * “El Eco del Azuay” año 1828
- * “El Perogrullo” año 1828
- * “La Alforja” año 1829
- * “El Patriota de Guayaquil” año 1821
- * “El Republicano del Sur” año 1822
- * “El Chispero” año 1825
- * “El Ruiseñor” año 1828
- * “El Colombiano del Guayas” año 1829

En el período Garciano la libertad de prensa se vio irrespetada. Montalvo es la figura cimera del periodismo y se constituye en baluarte combativo contra las dictaduras de García Moreno, Veintimilla y Borrero. La tiranía garciana que gobierna con el látigo y el patíbulo se caracteriza por la esclavitud del pensamiento y la mordaza de la prensa. Montalvo publica El Cosmopolita en el gobierno de Carrión cuando había libertad de prensa. Durante este periodo había en el Ecuador 21 imprentas de las cuales solo salían ocho periódicos, debido a la absoluta centralización de Poder en García Moreno, quien gobernara amparado en la “Carta Negra”

³⁷ Ibid., P 13

En el gobierno de la Restauración, de José María Plácido Caamaño, se produjo un verdadero renacimiento de la Cultura en Ecuador tanto en la Literatura como en las Bellas Artes, acompañado por la presencia de una abundante publicación de libro y periódicos al calor de una irrestricta libertad de prensa. Es así que se circulan con 26 periódicos.

Ya entrando en el siglo XX, con la revolución Liberal liderada por Eloy Alfaro, El progreso de la nación es palpable y la efervescencia por el desarrollo y la cultura se nota por medio del periodismo que de una manera inusitada florece en el Ecuador. En esta época los diarios más importantes son:

El Telégrafo, El Comercio de Quito (enero de 1906).

El Día (1913).

El Federalista

La Democracia

La Época

El Tiempo

El Constitucional

El diario de Quito

En el gobierno del Dr. Isidro Ayora, aparece el diario el Universo, que se funda en Guayaquil en 1920 por Ismael Pérez Pazmiño, se convierte en uno de los periódicos de mayor circulación, en especial en la costa ecuatoriana y junto con los otros grandes periódicos fundados con anterioridad, son hasta hoy día los puntales del periodismo nacional. Salen a la luz la generación de escritores más importantes de este ciclo como: Pablo Palacios, Jorge Icaza, Enrique Gil Gilbert, Adalberto Ortiz, César Dávila Andrade, Demetrio Aguilera Malta, Joaquín Gallegos Lara, Alfredo Pareja Diezcanseco, Humberto García Ortiz, Jorge Carrera Andrade y otros que dan una visión realista al siglo

En el gobierno de Bonifaz se publican de manera simultánea veinte periódicos, llamados La Prensa Chica de diversas tendencias. Entre ellos se destaca El Comunista. El Debate, El Socialista, El Diario de la Tarde, Cartel, La Verdad y Últimas Noticias.

En Cuenca, aparece el 22 de octubre de 1924 El Mercurio, bajo la dirección de José Sarmiento Abad, convirtiéndose en el mejor rotativo del Austro.

Entre 1940 y 1969 el periodismo ecuatoriano llega a un grado de madurez y organización, estructurándose la Unión nacional de Periodistas (UNP).

Como personajes importantes se destacan Benjamín Carrión quien funda la Casa de la Cultura Ecuatoriana, el periódico El Sol (1951), junto con Alfredo Pareja Diezcanseco.

Principales periódicos.

La Tierra (1945), editado en Quito, se convierte en el órgano del Partido Socialista.

La Nación (1949), en su tercera etapa, es dirigida por Vicente Paz Ayora. Este periódico junto con el vespertino La Hora se convierten en una trinchera de combate patriótico, reflejando la vida de Guayaquil con sus vicios y virtudes.

Diario El Ecuador (1955), fundado en Quito fue dirigido por Eduardo Borja Illescas.

1980-1990

En los gobiernos de Jaime Roldós, Osvaldo Hurtado, León Febres Cordero los principales periódicos son:

El Tiempo (1965), fundado en Quito por la Unión C.A. es dirigido por Carlos de la Torres Reyes.

El diario El Comercio de Quito es fundado en 1906 por Celiano Monge y los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. Celiano Monge es un conocido liberal alfarista, polígrafo, historiador y seguidor de Montalvo. Su actual director y presidenta es Guadalupe Mantilla de Acquaviva.

El diario El Universos de Guayaquil, cuyo director es Carlos Pérez Perasso, fundado en 1921 por Ismael Pérez Pazmiño ha contado con los periodistas de mayor significación como Leopoldo Benítez Vinuesa, Alejandro Carrión, Rafael Días Icaza, Sucre Pérez Castro, Milton ÁlavaOrmaza, Efraín Pérez Castro, Diego Oquendo, entre otros.

Últimas Noticias, vespertino quiteño fundado en 1938 por Carlos Mantilla Ortega, cuyo actual director es Jorge Rivadeneira, pertenece a la Empresa del diario El Comercio.

Diario Expreso de Guayaquil fundado en 1969 por Galo Martínez Merchán, quien lo dirige hasta el presente, y entre sus colaboradores se cuenta a Hugo Larrea Benalcázar, Rodolfo Pérez Pimentel, Esther Avilés, Vicente Levi Castillo, entre otros.

El Telégrafo diario guayaquileño fundado en 1884 por Don Juan Murillo, funcionó bajo la dirección de José Abel Castillo hasta 1922; Han colaborado con éste, los más importantes periodistas del país como Manuel J. Calle, Medrado Ángel Silva, José María Egas, José de la Cuadra, Joaquín Gallegos Lara, Demetrio Aguilera Malta, Enrique Gil Gilbert, Alfredo pareja Diezcanseco, entre otros. El Extra diario guayaquileño fundado en 1975, cuyo actual director es Nicolás Ulloa Figueroa.

El Mercurio diario cuencano fundado en 1924 por los hermanos Octavio y Carlos Sarmiento Abad; su actual director es el Lcdo. Nicanor Merchán Luco. Por su labor periodística se ha convertido en el primer rotativo del austro. En sus páginas han escrito grandes personalidades e intelectuales de Cuenca.

El Tiempo diario cuencano fundado en 1955 por Gilberto Crespo, actualmente lo dirige Humberto Toral León, tiene entre sus colaboradores a Hugo Ordóñez Espinosa, Eliécer Cárdenas. Más tarde las revistas, los semanarios, los inter diarios y demás fueron los vestigios de lo que hoy por hoy tenemos y denominamos prensa escrita.

1.3.1 Diarios de mayor influencia en el Ecuador

Dentro del Ecuador existen varios periódicos diarios que circulan nacional y provincialmente, diarios sensacionalistas, comunitarios, de crónica roja, etc. Que si bien es cierto tienen (algunos) altos niveles de circulación masiva, no son tan influyentes en cuestiones políticas como lo son El Universo y El Comercio. En primera instancia, estos dos periódicos antes mencionados abarcan dos sectores totalmente separados, aludiendo así al regionalismo que está presente en el Ecuador, mismo que tiene sus inicios desde 1830 cuando el Ecuador se convierte en república y elige a Quito como capital del Estado, haciendo que Guayaquil quiera independizarse llevando consigo un repudio a los serranos³⁸. Es así que las divergencias entre serranos y costeños han estado presentes durante años y por ende sus ideologías, intereses y opiniones. Los diarios en materia pertenecen entonces a dos políticas diferentes y en sus áreas; El Universo- Guayaquil, y El Comercio- Quito son los diarios de mayor tiraje en Ecuador.³⁹A continuación y en base a información tomada del internet, detallare en un grafico los

³⁸ <http://princesamelissa.blogia.com/2009/031801-regionalismo-en-el-ecuador.php>

³⁹ [http://es.wikipedia.org/wiki/El_Comercio_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Comercio_(Ecuador))

distintos periódicos que tienen las ciudades de Quito y Guayaquil, refiriéndome a ambas por ser aquellas que tienen como principales a los diarios El Comercio y El Universo con mayor lectoría y circulación.

Tabla #1

Diarios existentes en Quito y Guayaquil	
Quito	
La Hora	www.lahora.com.ec
El Comercio	www.elcomercio.com.ec
Hoy	www.hoy.com.ec
Últimas Noticias	www.ultimasnoticias.com
Metro Hoy	www.metroecuador.com.ec
Popular	www.elpopular.com.ec

Tabla #2

Guayaquil	
El Universo	www.eluniverso.com .
Expreso	www.expreso.ec
Extra	www.extra.ec
Súper	www.super.com.ec
El Telégrafo	www.telegrafo.com.ec
PP El verdadero	www.ppelverdadero.com.ec
Meridiano	Sin sitio web conocido
Metroquil	www.metroquil.ec

Capítulo II

MARCO REFERENCIAL SOBRE EL PROYECTO DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

A manera de preámbulo, quiero dar a conocer en esta capítulo todo lo que significa en varios aspectos el proyecto de *Ley de Comunicación* como tal, puesto que desde el 2008 y con la nueva constitución, surgieron cambios que parecían simples en primera instancia, que fueron elegidos por los mismos ecuatorianos, pero que con el pasar del tiempo tomaron forma y repercutieron en varios sectores de la población.

Consecuentemente la revisión histórica me permitirá llegar al proceso que se ha venido desarrollando con respecto a la Ley de comunicación y su aprobación, que afecta de manera casi directa a todos los que ejercemos la profesión.

El texto de la Ley de comunicación aun no ha sido aprobado, mas ha producido un fuerte debate, que ha permitido manifestar un sin número de dudas, cuestionamientos e incluso aplazamientos, por parte de los asambleístas de oposición, principalmente, para su aprobación.

Los conceptos que se exponen a continuación se describen desde el punto de vista de varios autores como Aristóteles, Planiol y otros.

Los textos y el resumen de lo que ha llegado a ser el Ecuador en materia de leyes constitucionales lo he consultado de la misma página de la Asamblea Nacional, de fuentes primarias y de un artículo publicado en el internet acerca del tratamiento de la Ley de Comunicación.

Según se sabe, en el primer artículo del Código Civil se encuentra una definición de lo que es la ley, misma que manda, prohíbe y permite, sin embargo hay varios autores que han dado su definición respecto a esta, sin alejarse demasiado del principio ya mencionado.

Así Aristóteles menciona que la Ley es "El común consentimiento de la ciudad"; Gayo en cambio asegura que "Es lo que el pueblo manda y establece". Aftalion afirma que "Es la norma general, establecida mediante la palabra por el órgano competente (legislador)". Kelsen sostiene que "En sentido específico, legislación significa establecimiento de

normas jurídicas generales, cualquiera que sea el órgano que lo realice". Planiol enfatiza que es la "Regla social obligatoria establecida con carácter permanente por la autoridad pública y sancionada por la fuerza" y finalmente Santo Tomás dice que es la "Ordenación de la razón dirigida al bien común y promulgada solemnemente por quien cuida a la comunidad"⁴⁰.

La ley no obliga sino una vez que ya está promulgada en conformidad a la Constitución Política del Estado y publicada de acuerdo con los preceptos que le siguen, después de esto es obligatoria para todos. Nadie podrá alegar ignorancia de la ley después que ésta haya entrado en vigencia. (Artículo 8 del Código Civil)⁴¹

En el 2008 se elaboró una nueva Constitución del Ecuador, en las que, entre otras cosas, se expusieron disposiciones transitorias que debían ser cumplidas en un máximo de 360 días. En estas disposiciones constaban 10 leyes a ser aprobadas, entre las que se encontraba también la Ley de comunicación, que se estableció con el objetivo de precautelar el bien común, respondiendo a los derechos de la ciudadanía, todo esto en la sección tercera, del capítulo segundo de la misma Constitución:

Tabla #3

Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.
Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

⁴⁰ Cesaréo Ochoa. Manual de introducción al derecho, Bogotá, Universidad del Rosario, 2006

⁴¹ Diccionario chileno, <http://www.juicios.cl/dic300/LEY.htm>, texto, 28 noviembre 2012

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.
Art. 18.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.
Art. 19.-La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.
Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.
Art. 20.-El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.⁴²

A partir de la vigencia de la Constitución, se han instaurado crear más leyes, sin embargo hasta la fecha de hoy (mayo del 2013) se han aprobado sesenta en las que el trámite fue iniciado por la Comisión Legislativa y de Fiscalización y concluido por la Asamblea

⁴²Constitución del Ecuador, en línea:

http://constituyente.asambleanacional.gob.ec/documentos/nueva_constitucion/02.Constitucion_del_Ecuador.pdf, 28 de noviembre del 2012

Nacional. Según la página web de la Asamblea Nacional aun están en proceso más de trescientas leyes en las que se incluye la Ley de Comunicación.

Según un análisis publicado por César Montúfar, asambleísta, la Ley Orgánica de Comunicación ha sido el cuerpo normativo más debatido y polémico del período legislativo 2009-2013, pues asegura que no se ha aprobado “a pesar de todos los esfuerzos, maniobras y presiones del oficialismo por logra su aprobación, incluida pregunta sobre el tema que el Ejecutivo planteó al pueblo ecuatoriano en la Consulta Popular de mayo del 2009”.⁴³

2.1 Leyes e instituciones reguladoras de medios en Ecuador:

Hay quienes cuestionan que haya una ley para la comunicación, ignorando que existe una desde 1975, en donde ya existían mecanismos para sancionar los excesos en esta materia. En Ecuador también se encuentran vigentes una Ley de Ejercicio Profesional del Periodista promulgada en septiembre de 1975, una Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en abril de 1975, un Código de Ética del Periodista Profesional vigente desde 1980 y el Decreto Presidencial de noviembre de 1966, garantizando el ejercicio profesional de los graduados en Escuelas Universitarias de Ciencias de la Información.

Desde 1966 hasta 1981 se dictaron 12 decretos, reglamentos y acuerdos ministeriales, aparte de las varias Constituciones Políticas en vigor; el Código Penal y la Ley de Seguridad Nacional que son la normativa complementaria que ha venido regulando la labor de los comunicadores sociales y de los medios de comunicación colectiva hasta estos días (Bejarano; 2009).⁴⁴

Adicionalmente, en el año 1975, se expidió la Ley de Radiodifusión y Televisión⁴⁵ dando origen a un ordenamiento legal independiente para la prestación de estos servicios de telecomunicaciones. Esta norma legal, que no ha sido derogada, creó el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL) como organismo de regulación. En el año 1992, se promulgó la Ley Especial de Telecomunicaciones⁴⁶. Esta Ley separó las funciones de regulación y control de las funciones de operador de servicios creándose

⁴³ César Montúfar, Análisis de la última versión del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador, 2013

⁴⁴ Bejarano, J. (2009, octubre 13). Ley de Comunicación. Diario El Comercio. Quito.

⁴⁵ Decreto Supremo 256-A, Registro Oficial 785 de 18 de abril de 1975.

⁴⁶ Ley No. 184, Registro Oficial No. 996 del 10 de agosto de 1992.

como autoridad nacional de telecomunicaciones y ente de regulación a la Superintendencia de Telecomunicaciones y a la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (EMETEL), como operador de las redes y los servicios. En 1995 se promulgó la vigente Ley Reformativa a la Ley Especial de Telecomunicaciones⁴⁷, que es conocida con el nombre de Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada.

En el 2009, por Decreto Ejecutivo N° 8 se creó el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) y se fusionó el CONARTEL al CONATEL. Se adscribieron a este Ministerio la Dirección General del Registro Civil, Identificación y Cedulación y la Agencia Nacional Postal (Correos del Ecuador).

En el 2010 se promulgó el nuevo Reglamento para la Administración del Fondo para el Desarrollo de Telecomunicaciones en Áreas Rurales y Urbano Marginales (FODETEL) y en el año 2011 se modificó este reglamento introduciéndole algunas reformas⁴⁸.

Estructura organizacional del sector

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) tiene la misión de coordinar las acciones de apoyo y asesoría para garantizar la conectividad y el acceso igualitario a los servicios de telecomunicaciones/TIC con el objetivo de avanzar a la consolidación de la Sociedad de la Información y el buen vivir de la población ecuatoriana.

Esta cartera de Estado, se encarga de apoyar el proceso de mejoramiento de los servicios que prestan los diferentes actores del sector de telecomunicaciones, coordina las acciones a través de políticas y proyectos del Estado tendientes a promocionar la Sociedad de la Información y del Conocimiento y las TIC. Ejerce la representación del Estado ante los Organismos Internacionales de Telecomunicaciones.

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) es el organismo encargado de hacer cumplir las políticas de Estado; entregar concesiones y permisos para la prestación de servicios de telecomunicaciones y utilización del espectro radioeléctrico; y, emitir las normas técnicas para la operación y prestación de los servicios de telecomunicaciones por parte de las empresas públicas y privadas. Lo preside el titular del MINTEL.

⁴⁷ Ley 94, Decreto 94, Registro Oficial No. 770 de 30 de agosto de 1995.

⁴⁸ Resolución 083-05-CONATEL 2010 de 25 de marzo de 2010 y Resolución 215-05-CONATEL-2011 de 24 de marzo de 2011

La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) es el organismo encargado de la ejecución de la política de telecomunicaciones en el país. Entre sus principales funciones están: cumplir y hacer cumplir las Resoluciones del CONATEL; ejercer la gestión y administración del espectro radioeléctrico; elaborar el Plan nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones; elaborar el Plan de Frecuencias y de uso del espectro radioeléctrico; elaborar las normas de regulación y control de equipos y servicios de telecomunicaciones; elaborar los Planes Técnicos Fundamentales para la operación de los servicios; conocer los pliegos tarifarios de los servicios de telecomunicaciones abiertos a la correspondencia pública propuestos por los operadores; suscribir los contratos de concesión para la explotación de servicios de telecomunicaciones; suscribir los contratos de autorización y/o concesión para el uso del espectro radioeléctrico; y, el sector de las Telecomunicaciones⁴⁹.

La Superintendencia Nacional de Telecomunicaciones (SUPERTEL) es el organismo de control. Entre sus funciones están: el control y monitoreo del espectro radioeléctrico; el control de los operadores que exploten servicios de telecomunicaciones; supervisar el cumplimiento de los contratos de concesión para la explotación de los servicios de telecomunicaciones; supervisar el cumplimiento de las normas de homologación y regulación; controlar la aplicación de los pliegos tarifarios aprobados; controlar que el mercado de las telecomunicaciones se desarrolle en un marco de libre competencia, con las excepciones señaladas en esta Ley; y, juzgar a las empresas que incurran en las infracciones señaladas en la Ley y aplicar las sanciones en los casos que correspondan. Su titular es nombrado por la función legislativa o Asamblea Nacional. La administración del Fondo para el Desarrollo de Telecomunicaciones en Áreas Rurales y Urbano Marginales (FODETEL) es responsabilidad del MINTEL. El Fondo cuenta con recursos que se destinan exclusivamente a financiar los proyectos que formen parte del servicio universal. Para el financiamiento de este Fondo, todos los prestadores de servicios de telecomunicaciones con título habilitante aportan una contribución anual del 1% de los ingresos facturados y percibidos por sus servicios.⁵⁰

El debate de hacer una ley de comunicación ha sido extenso. Foros, explicaciones, reuniones, denuncias y muchos otros métodos no han sido suficientes para poder persuadir a la asamblea constituyente de aprobar o no este mandato constitucional.

⁴⁹ Estructura de Telecomunicaciones, en línea: <http://www.aseta.org/documentos/ECUADORsector.pdf>

⁵⁰ Estructura de telecomunicaciones, en línea: <http://www.aseta.org/documentos/ECUADORsector.pdf>

Posiciones de distintos actores sobre la Ley

Varios sectores vinculados a la comunicación han expuesto sus posiciones, respecto a su criterio sobre la ley, así por ejemplo la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos AEDEP, publica en su página web principios que rechazan la creación del proyecto y una extensa explicación sobre los puntos distantes que tienen de los proyectos presentados en la asamblea nacional:

Según la AEDEP, una prensa libre es condición fundamental para que las sociedades resuelvan sus conflictos, promuevan el bienestar y protejan su libertad. No debe existir ninguna ley o acto de poder que coarte la libertad de expresión o de prensa, cualquiera sea el medio de comunicación.

La Asociación asegura tener una plena conciencia de la realidad, afirman, sentirla con profunda convicción y estar firmemente comprometidos con la libertad. Ellos suscriben esta declaración, con los siguientes principios:

1. No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.
2. Toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos.
3. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.
4. El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las presiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.
5. La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.
6. Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan.

7. Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión o supresión de publicidad estatal, no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.

8. El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones profesionales o gremiales y la afiliación de los medios de comunicación a cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarios.

9. La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión, imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines y la observancia de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.

10. Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público. La lucha por la libertad de expresión y de prensa, por cualquier medio, no es tarea de un día; es afán permanente. Se trata de una causa esencial para la democracia y la civilización en nuestro hemisferio. No sólo es baluarte y antídoto contra todo abuso de autoridad: es el aliento cívico de una sociedad. Defenderla día a día es honrar a nuestra historia y dominar nuestro destino. Nos comprometemos con estos principios⁵¹

Así mismo la Corporación Participación Ciudadana (PC) llevó adelante un proceso de seguimiento a la Asamblea Nacional Constituyente (ANC), por lo que preveían emitir semanalmente una especie de boletín denominado “Pulso Ciudadano a la Asamblea Nacional Constituyente”, en el cual aseguran que se debe regular adecuadamente y con claridad el concepto de la responsabilidad ulterior, pero sin censura previa a fin de garantizar que la información no pueda ser vetada con anterioridad a su emisión, pero a que a su vez quien la produjo responda en casos de información injuriosa o calumniosa o en la que se configure cualquier tipo de infracción.

Consideran indispensable garantizar la independencia del Consejo de Comunicación e Información a fin de evitar que el mismo sea controlado mayoritariamente por un solo sector, reeditando vicios comunes en nuestro sistema, en donde muchas veces los organismos de control son adoptados ya sea por los gobiernos de turno, la oposición

⁵¹ Principios de la AEDEP, en línea:

http://www.aedep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=88

ola mayoría coyuntural del momento. A decir de el registro periódico de medios, afirman que parece inconveniente, pues si el mismo algún momento queda en manos de funcionario poco tolerantes o poco democráticos, dicho registro ineludiblemente se transformaría en un mecanismo de chantaje o control sobre las opiniones o línea editorial de los medios de comunicación.

Les llama la atención en el proyecto, la cantidad de espacios que se obliga a destinar a publicidad y programación oficial, bajo el argumento de una aparente rendición de cuentas a la ciudadanía, ya que los espacios oficiales deben existir ineludiblemente, pues las autoridades tienen el deber de comunicar a sus mandantes. Sin embargo, tales espacios deben ser equitativos entre todos los entes del estado, tanto nacional como seccional, y no restringirse únicamente al gobierno central y particularmente a la Función Ejecutiva. Al criterio de PC, debe regularse por tanto la cantidad y extensión de tales espacios, su distribución entre los diferentes entes públicos, y su contenido, en el sentido de que los mismos deben ser espacios de información y rendición de cuentas, mas no de confrontación, debate, proselitismo político o electoral. Consideran que es indispensable que el proyecto establezca plazos, procedimientos y restricciones claras en los casos de incautación de medios de comunicación. Deben existir plazos específicos para su venta y mecanismos transparentes de subasta. Participación Ciudadana propone analizar el establecimiento de ciertas restricciones como la prohibición de incautar medios de comunicación en tiempos preelectorales, a fin de evitar que los medios públicos incautados puedan ser utilizados como instrumentos de proselitismo oficial.

Igualmente, resaltan ciertos aspectos a su parecer positivos del proyecto preparado por la Comisión Ocasional, como el establecimiento de franjas horarias a través de las cuales se respete la diversidad de las audiencias, la prohibición de difundir contenidos publicitarios engañosos así como aquellos que promuevan el racismo, la intolerancia religiosa o política, la discriminación, el sexismo y la pornografía⁵².

2.2 Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación

En el 2008, tras una consulta popular se aprobó una nueva Constitución para el Ecuador, misma que señalaba que la Asamblea Nacional debía aprobar una Ley de Comunicación⁵³.

⁵² Asamblea Constituyente, en línea:

<http://www.participacionciudadana.org/pc10/images/docu/AsambleaNacional/ene.pdf>

⁵³ "Un proyecto de ley, frente a un principio universal, editorial, *El Universo*, Quito, Jueves 10 de diciembre del 2009, pág. 2

El 5 de agosto del 2009 El asambleísta César Montúfar presentó el primer anteproyecto. Proponía crear un consejo de protección de los derechos de la comunicación y una secretaría de administración del espacio radioeléctrico.

El 3 de septiembre 2009 El Foro de Comunicación, a través de Lourdes Tibán, presentó su proyecto de ley. Facultades de universidades públicas, la Conaie, Ciespal y otras entidades apoyaban la redistribución de las frecuencias de radio.

El 16 de Septiembre del 2009 la Asamblea Nacional conformó una comisión especializada ocasional, de once miembros: Mauro Andino, Betty Carrillo, Ángel Vilema, María Augusta Calle, Rolando Panchana, Cynthia Viteri, Fausto Cobo, Jimmy Pinoargote César Montufar, Lourdes Tibán y Humberto Alvarado, este último fue luego reemplazado por Maruja Jaramillo, pues murió en el proceso. A esta comisión se le encargó la preparación del proyecto de la Ley de Comunicación para que sea debatida en el pleno legislativo, es decir ante todos los asambleístas.

El 15 septiembre 2009 Rolando Panchana entregó el proyecto que tenía el apoyo de Alianza País. El documento le daba al Gobierno una presencia mayoritaria en el Consejo de Regulación, con fuerte capacidad de sanción control.

Del 18-21 nov. 2009 La Comisión ocasional, con mayoría oficialista, unificó los tres proyectos y sumó otros aportes. Hubo una primera crisis y se aprobó el informe de A. País para primer debate. Este fue el cuarto documento.

El 20 noviembre 2009 Los cinco vocales de oposición cuestionaron el informe del oficialismo y decidieron prepara un informe de minoría (el quinto de la lista) para que fuera tratado en el primer debate.

El 8 diciembre 2009 Aparecieron los primeros cuestionamientos internacionales. La Unesco y la Relatoría de la CIDH, que es parte de la OEA, revisaron todo el contenido de la ley de medios.

El 16 diciembre 2009 Bajo el liderazgo de Fernando Cordero, las bancadas de la legislatura llegaron a un acuerdo ético político para impulsar una ley de Comunicación que respete los derechos mundiales a la libertad de expresión.

El 22 diciembre 2009 El cierre temporal de Teleamazonas y de radio Arutam, ordenados por el Conatel y la Súper de Telecomunicaciones, debilitó el acuerdo legislativo. La oposición acusó al Gobierno de querer torpedearlo.

El 5 de enero del 2010 Se realizó el primer debate de la Ley de Comunicación, sobre la base del acuerdo ético político. La Comisión ocasional de Comunicación volvió a

reunirse para pulir las observaciones surgidas en el Pleno.

El 14 de junio del 2010 La Comisión armó el informe para segundo debate. Ma. Augusta Calle y asesores de Fernando Cordero pretendieron debatir un informe con textos alternativos (el sexto). Alianza País se resquebrajó.

El 18 de junio del 2010 Betty Carrillo dejó la Presidencia de la Comisión y País aprobó el informe para segundo debate (séptimo documento). La oposición cuestionó el doble papel de Panchana en la Comisión y como Pte. de la Asamblea.

El 15 de agosto 2010 Volvieron las críticas internacionales a la ley. Fue un nuevo informe de la OEA donde hizo 13 cuestionamientos al documento para segundo debate. Human RightsWatch también advirtió.

El 8 de junio del 2011 Luego de la consulta popular de mayo, donde se pidió apurar la ley de medios, oficialismo y oposición llegaron a un acuerdo para aprobar la ley incluyendo el veto.

El 27 de julio del 2011 La Comisión, bajo la Presidencia de Mauro Andino, armó un informe de 21 artículos (el octavo) que alimentaría el texto para segundo debate. La oposición aseguró que se incluyeron temas que no fueron discutidos.

El 2 de agosto del 2011 Mauro Andino entregó el informe de 21 artículos al presidente Cordero para alimentar el segundo debate. Se prendieron las primeras alertas sobre el supuesto control a la Internet y redes sociales.

El 15 noviembre 2011 Finalizó el segundo debate del proyecto de Ley de Comunicación. Fueron dos días en los cuales Mauro Andino explicó el alcance de la ley. Tras esta discusión se dio forma a un nuevo articulado (el noveno).

En Febrero y marzo 2012 A pedido del Presidente de la Asamblea se inició una serie de foros para 'sociabilizar' el contenido de la ley de medios en varias ciudades. Andino recogió las observaciones para alimentar al proyecto legal.

El 4 de abril del 2012 Antes de iniciar la votación de la Ley, Andino, en su calidad de ponente de la ley, realizó nuevos ajustes al articulado. Se dio forma así al décimo documento con el cual Cordero dispuso iniciar la votación definitiva.

El 11 de abril del 2012 Ante la imposibilidad de reunir los 63 votos necesarios, Andino realizó ajustes al informe final de la Ley de Comunicación. Se trató de la undécima versión de un informe que se votará artículo por artículo.

Paralelamente, a lo que ocurría en la Asamblea se formaron foros privados y públicos para debatir acerca de la importancia de realizar una ley de comunicación; también hubo marchas en rechazo al anteproyecto oficial, que en algunos criterios coartaba la libertad de expresión.

Desde el mes de septiembre de 2009 en que se inició el tratamiento del proyecto de Ley, los medios de comunicación, gremios periodísticos y representantes de instituciones han vigilado el proceso y exteriorizado su preocupación por algunos artículos de los anteproyectos que a su entender no guardaban relación con las garantías para los ciudadanos y el ejercicio de las libertades de comunicación y prensa. Entre ellos estaban:

- Responsabilidad ulterior (artículo 11 del Anteproyecto oficial) en tanto se desarrolla como una figura que daría paso a un esquema sancionador, se prevén limitaciones a la investigación periodística.
- Rectificación y réplica (artículo 18 del Anteproyecto). No se distinguía entre rectificación y réplica además se señala un plazo máximo para viabilizar el derecho.
- Información pública (Artículo 45 del Anteproyecto). Los medios otorgarían al Estado hasta 20 minutos al mes; y una hora diaria de programación que se considere educativa.
- Profesionalización (artículo 47 del Anteproyecto). Las direcciones editoriales y la elaboración de noticias deberían estar a cargo solo de periodistas o comunicadores sociales titulados.
- Registro de medios (artículos 65 a 68 del Anteproyecto). El punto de disenso fue la utilización política que se daría a la información. Los medios para su funcionamiento deberían registrar sus datos y su código de ética en el Consejo de Comunicación.
- El Consejo de Comunicación (artículo 72 a 85 del Anteproyecto) velaría por el ejercicio de los derechos de la comunicación. Sus facultades irían desde expedir normativas hasta llevar un registro de medios. Podría resolver controversias. Sus atribuciones abarcarían velar, decidir, sancionar y resolver. De otro lado se ha observado la conformación del Consejo (un delegado del ministerio de educación, otro del ministerio de cultura, un representante de facultades de comunicación, tres representantes de la ciudadanía). El poder Ejecutivo requeriría dos votos más para hacer mayoría. No hay confianza en el proceso de selección.

- El defensor del público (artículos 87 a 90 del Anteproyecto) recibiría quejas y denuncias de las personas que se sientan afectadas por los medios. Figura que podría entrar en conflicto con la Defensoría del Pueblo, órgano de derecho público con jurisdicción nacional cuya función es la protección y tutela de los derechos de los habitantes del Ecuador y de los ecuatorianos fuera del país, según los artículos 214 y 215 de la Constitución.

El 17 de diciembre de 2009 los representantes de bancadas y grupos políticos de la Asamblea Nacional, entre ellos los jefes de bloque, los miembros de la comisión ocasional de Comunicación y el presidente de la Asamblea, Fernando Cordero ante la reacción ciudadana, de medios de comunicación y la falta de consensos, incluso en el mismo movimiento legislativo de gobierno, por el texto del proyecto de Ley para el primer debate y a efectos de alcanzar acuerdos para cambiar y mejorar el mismo convinieron un compromiso ético – político⁵⁴ en relación a siete puntos:

- El ámbito de la Ley debe desarrollar las normas constitucionales en concordancia con los instrumentos internacionales suscritos por Ecuador.
- Se debe garantizar la libertad de expresión sin censura previa y con responsabilidad ulterior.
- La Ley debe regular los subsistemas público, privado y comunitario.
- Se admite la existencia de un Consejo de Comunicación e Información cuyas funciones estén orientadas a garantizar los derechos de los ciudadanos y fortalecer la comunicación, administrativamente podrá suspender programas o mensajes que expongan la seguridad nacional y los derechos de niños, niñas y adolescentes.
- Se propondrían reformas a la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales, códigos penal, civil, de la niñez y otras normas para garantizar el ejercicio a la comunicación.
- Se desarrollarían normas en cuanto a la prohibición de monopolios.
- Existiría un catastro de medios como medida para transparentar la información.

La Ley de Comunicación ha sufrido varios cambios en su estructura, en sus artículos e incluso algunas personas que han estado a cargo de redactarla o aprobarla, es el caso

⁵⁴ *El Universo*, Guayaquil, Jueves 17 de diciembre del 2009, Política.

de Humberto Alvarado, que como se había mencionado anteriormente, falleció y lo reemplazó la asambleísta Maruja Jaramillo.

Mientras esto ocurría en marzo del 2011 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco, también se hizo oír al recomendar, en una reunión con el presidente de la Asamblea, Fernando Cordero, un órgano regulador sólo para medios audiovisuales en Ecuador.

Varios diarios nacionales y de otros países publicaron esta noticia, revelándola como una de las más importantes, destacando y suponiendo una coacción de libertad de expresión en el Ecuador.

El Universo publicó: “La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) recomendó la creación de un consejo regulador de comunicación independiente de intereses políticos y comerciales en Ecuador”⁵⁵

El telégrafo dijo que “El órgano, que está sugerido sólo para medios audiovisuales, que son los que utilizan un bien público (las frecuencias del espacio radioeléctrico), es parte de la serie de sugerencias contenidas en el estudio sobre la situación de los medios en el país sudamericano que elaboró la UNESCO para contribuir al debate sobre la Ley de Comunicación”.

El Comercio explicó que “La Unesco entregó ayer a la Asamblea su informe sobre el análisis de Desarrollo Mediático en Ecuador 2011. En ese documento se incluyó el estudio que realizó la organización internacional al proyecto de Ley de Comunicación que tramita el Legislativo.”⁵⁶

Terra informó que “El reporte, presentado en momentos en que las relaciones entre la prensa y el gobierno se encuentran en uno de sus niveles más bajos a causa de las constantes críticas e interferencias del presidente Rafael Correa, recomienda modernizar el marco legal sobre libertad de expresión "sin condicionamientos previos a la información”.

El portal de El Tiempo de Colombia informó que “El informe del “Análisis del Desarrollo Mediático de Ecuador 2011” fue entregado al presidente de la Asamblea Nacional,

⁵⁵ *El Universo*, Guayaquil, miércoles 16 de marzo del 2011, política

⁵⁶ *El Comercio*, Quito, miércoles 16 de marzo del 2011, política

Fernando Cordero, quien afirmó que las propuestas serán incluidas en el proyecto de Ley de Comunicación que se analiza en la Legislatura”.

Desde abril del 2012 la Asamblea hizo un recuento y análisis de los diferentes artículos de la Ley que se ponían en duda, y en contra con los derechos citados en la Constitución, así se cambiaron palabras, frases y coordinación en 21 artículos del proyecto presentado, y entre los principales están los siguientes.

- Se cambió el artículo 47 que habla de los integrantes del Consejo de regulación y desarrollo de la comunicación, aumentando un sexto integrante en el mismo, elegido por las organizaciones de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatoriana y montubias, el texto quedo así:

Art 47 Integrantes del Consejo de Regulación y Desarrollo de la comunicación: El consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación estará conformado por:

1. Un miembro designado por el Presidente de la República;
2. Un miembro designado por las Asociaciones y Consorcios de Gobiernos Autónomos Descentralizados;
3. Un miembro designado por las organizaciones de los Pueblos y Nacionalidades, Indígenas, Afroecuatorianas y montubias.
4. Un miembro designado por los Consejos Nacionales de Igualdad;
5. Un miembro designado por las facultades y escuelas de comunicación social de las universidades públicas;
6. Un miembro elegido entre los candidatos presentados por las organizaciones de comunicación y derechos humanos con personería jurídica.

Los miembros principales tendrán sus respectivos suplentes, quienes deberán reunir los mismos requisitos que se prevén para los principales.

- Se cambió el último inciso del artículo 112, de la distribución equitativa de frecuencias, eliminando la prioridad al sector público quedando así:

Art 112.- Distribución equitativa de frecuencias (último párrafo)

En todos los casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece este artículo.

- Se cambió la redacción del Art 49 y la primera disposición transitoria como consecuencia del agregado que se le dio en el artículo 47, antes nombrado y quedó de la siguiente manera:

Art 49.- Elección de miembros al consejo.- El Consejo Nacional Electoral conformará los colegios electorales para la elección del delegado principal y suplente de los miembros designados por las organizaciones de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias, las Facultades y Escuelas de Comunicación y de las organizaciones de derechos humanos y comunicación, al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.

Primera Disposición transitoria

En este mismo plazo, el Consejo Nacional Electoral organizará los colegios electorales para las designaciones de los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en representación de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias, las facultades y Escuelas de Comunicación de las universidades públicas y de las organizaciones de derechos humanos y comunicación.

- Se eliminó de la redacción el artículo 72 donde el Consejo de Regulación está en capacidad de suspender la publicidad o programas con contenido discriminatorio, incitación directa o indirecta a la violencia, comisión de cualquier acto ilegal, trata de personas, explotación, abuso sexual, apología de la guerra y del odio racial, nacional o religioso. El texto quedó así:

Art72.- Suspensión de publicidad.-De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la comunicación podrá disponer , mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa”.

- Se eliminó el numeral 4 del Art. 88- Funciones del Consejo editorial, que fijaba una regulación en cuanto a la publicación y fines de los editoriales del medio.
- En el Art 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos, se sustituyó la palabra “generalistas” por la expresión “en forma general”, y quedó así:

Art 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación en forma general difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los

valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

- En el Art. 25.- Derecho a la réplica, se añadió, después de la expresión “72 horas”, “a partir de la solicitud planteada por el aludido” y queda de la siguiente forma:

Art. 25.- Derecho a la réplica.- Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio difunda su réplica de forma gratuita, en el mismo espacio, página y sección en medios escritos, o en el mismo programa en medios audiovisuales y en un plazo no mayor a 72 horas a partir de la solicitud planteada por el aludido.

- En el texto del artículo 5 se especifica de mejor manera quiénes formarían o se continuarían como medios de comunicación y quedo así:

Art.-5 Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

- Con respecto al derecho a la réplica en el primer párrafo del Art 25 a continuación de la expresión “toda persona” se añadió la expresión o “colectivo humano”.

A principios del año 2012 se creó una comisión Ocasional de Comunicación que, entre sus principales funciones, estaba estar pendiente de aprobar la ley de comunicación. Mauricio Andino, asambleísta por Alianza País encabezó esta comisión con un proyecto y además acogió otros, hechos por Lourdes Tibán de Pachacutik y César Montufar de Concertación.

Hasta diciembre del 2012 se esperaba el segundo debate para la aprobación del proyecto, que se convertiría en ley del ejercicio periodístico principalmente, sin embargo nunca se concretó dicha aprobación.

César Montúfar explica en su análisis “*comunicación: de derecho a servicio público*”. que

“El archivo que merecía este proyecto de ley no tuvo los votos para ser aprobado en la sesión del 11 de abril del 2011. Sin embargo, y a pesar de los múltiples cambios que ha sufrido el proyecto, la versión final del mismo mantiene de las versiones anteriores serios problemas de fondo y forma. Por un lado, su proceso de elaboración fue resultado de graves incumplimientos y violaciones a procedimientos y acuerdos legislativos, y, por otro, el texto final presentado incurre en gravísimos problemas sustantivos que amenazan la vigencia plena del derecho a la libertad de expresión e información, razón por la cual, este cuerpo legal acertadamente se ganó el nombre de ‘Ley Mordaza’.”⁵⁷

⁵⁷ César Montúfar, análisis de la última versión del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador, 2013.

Capítulo III

ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LOS DIARIOS EL UNIVERSO Y EL COMERCIO, CON RESPECTO A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

Para empezar el presente capítulo quiero nombrar al referente que tiene Miguel Roiz acerca de la comunicación de masas. Roiz destaca la percepción de Lazarsfeld y Merton que dicen que “los medios confieren estatus a cuestiones públicas, personas, organizaciones y movimientos sociales; por ejemplo, la prensa o la televisión aumentan el prestigio de los individuos al ocuparse de ellos, ya que es señal de que son importantes, lo que se verifica porque la publicidad utiliza mucho este recurso psicológico ya que juega con la idea de que si el receptor consume tal o cual producto valorizado por los medios entraría en el círculo de la gente distinguida o al menos importante”⁵⁸. Por tanto, el individuo puede centrar su atención en lo que se dice, se visualiza o se escucha en los medios para así poder entrar en el mismo círculo.

En este capítulo me enfocaré en los textos acerca de la Ley de comunicación que han sido publicados en cada uno de los periódicos estudiados, no sin antes detallar algunas características como tiraje, fundación, historia, a manera de contexto que me permiten pensar y probablemente afirmar que *El Universo* y *El Comercio* son los diarios con mayor influencia política en el Ecuador.

Presentaré el resultado de un estudio de opinión pública sobre la percepción de los lectores y la tendencia que tienen para opinar con respecto a lo que leen, e incluso pondré en duda la falta de investigación por parte de los ciudadanos en general.

Me remitiré también a varios autores antes nombrados para poder obtener las conclusiones coherentes en torno a la influencia que tienen los medios en la formación de la opinión pública.

3.1 El Universo y el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación

El Universo es un diario matutino ecuatoriano fundado en 1921 y publicado en la ciudad de Guayaquil. Este diario es actualmente el más importante de la ciudad y uno de los más grandes del país. El Universo es propiedad de la *Compañía Anónima El Universo* y a

⁵⁸ Miguel Roiz, Sociología de la comunicación de masas, Madrid, Laberinto, 2005, p 42

su vez, es editado por Grupo El Universo. El actual director de la compañía es Carlos Pérez Barriga, cuya familia ha administrado el periódico desde su fundación.

El lema del periódico, como está impreso en la parte superior de sus páginas frontales, es "El Mayor Diario Nacional", con lo cual se quiere manifestar su importancia a nivel nacional, siendo solo igualado por *El Comercio* de la ciudad de Quito. Es considerado el de mayor importancia en la costa, seguido del diario *Expreso*.⁵⁹

Tabla #4

	Quito-Guayaquil	Quito	Guayaquil
Lectoría	357552 lectores		
Condensada			
Penetración de El Universo		12%	89.8%

Elaborado por Andrea orbe, fuente: IBOPE

Según la entrevista realizada al editor de diario El Universo en Quito, Cristóbal Peñafiel el slogan que maneja el diario tiene desde un comienzo, dos partes importantes. La primera es que se alude a esa frase porque es un periódico que se ha caracterizado por ser netamente informativo, le han insinuado en que sea un periódico temático, en base a temas producidos por los propios periodistas, que incluye investigación, entrevistas y demás, sin embargo la filosofía del diario siempre ha sido estar lleno de información,

La segunda parte en la que se detuvo Peñafiel es en decir que diario El Universo siempre ha tenido una buena lectoría especialmente en las provincias de la costa y en la sierra con énfasis en dos que fundamentales que son Loja y Azuay. A decir de diario El Comercio se refirió a la disputa que ha habido de esas plazas, porque dicho periódico ha tenido su injerencia en las provincias de la sierra, mas en la costa ha sido un periódico no de menor importancia pero si de menor lectoría.

El editor asevera que a ambos Diarios (El Universo y El Comercio) se los considera los diarios más grandes porque siempre se han disputado lectores a nivel nacional.

⁵⁹ El Comercio, en línea: [http://es.wikipedia.org/wiki/El_Universo_\(peri%C3%B3dico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Universo_(peri%C3%B3dico))

Peñafiel explica que El universo también hace énfasis en ser el mayor diario nacional porque en Guayaquil la gente siempre ha confiado en la información del periódico, siendo así que hasta ahora, se piensa que hecho que no se publica en El Universo es como que no se hubiera producido.

3.1.1 Caso “El Universo”

La Dra. Nila Velázquez fue nombrada directora encargada del rotativo, desde el 17 de febrero del 2012, a raíz de que el 30 de marzo del 2010 el Presidente de Ecuador Rafael Correa presentara una querrela criminal contra el periodista Emilio Palacio (editorialista de diario El Universo), los directores del Diario ecuatoriano El Universo, señores Carlos Pérez Barriga, Cesar Pérez Barriga y Nicolás Pérez Lapentti, y contra la compañía anónima El Universo, que edita Diario El Universo. A todos ellos los acusó de ser los autores del delito de injuria grave a la autoridad, por un artículo de opinión firmado por Emilio Palacio, “No a las mentiras”, publicado en dicho diario el 6 de febrero de 2011.

En esta querrela el Presidente pidió al Juez que condene a los señores Palacio y Pérez a tres años de prisión, y al pago de 50 millones de dólares como indemnización civil. A la compañía anónima El Universo, a quien también acusaba de ser la autora del delito de injuria, solicitó una indemnización de 30 millones de dólares. En total US\$ 80 millones de dólares.⁶⁰

Un año después de que se llevara a cabo el proceso de litigio, y en todo un día de audiencia, finalmente, el 16 de febrero del 2012 la Corte Suprema de Justicia dicta el fallo a favor del Presidente Correa; sin embargo nueve días después, el Primer Mandatario en un discurso de 40 minutos, anunció con la lectura de lo que denominó como una 'Carta pública al pueblo ecuatoriano', que hay “perdón pero no olvido” concediéndole la libertad a los acusados.

Apesar de que por la situación redactada anteriormente, la relación entre el Gobierno y el diario El Universo se ha desmejorado, la acogida de los ciudadanos de este periódico no

⁶⁰Rafael Correa contra El Universo, en línea:

<http://rafaelcorreacontraeluniverso.eluniverso.com/2011/03/30/introduccion-a-la-querrela/>

ha decaído si no que más bien ha tenido un respaldo fuerte por parte de la ciudadanía. A continuación un resumen breve del diario El Universo⁶¹.

Tabla # 5

Diario El Universo	
Slogan	El mayor Diario Nacional
Tipo	Prensa Diaria
Formato	Estándar
País	Ecuador
Sede	Guayaquil (Av. Domingo Comín entre calle 11 y A. ErnestoAlban
Ámbito dedistribución	Nacional e Internacional
Fundación	16 de septiembre de 1921
Fundador	Ismael PerezPazmino
Genero	Información general
Ideología	Liberal, Centrisimo
Idioma	Español
Precio	Variasegún el día: \$ 0,50 (lunes a viernes), \$ 0,70 (sábados y feriados), 0,85 (domingos)
Circulación	Diaria
Propietario	Grupo El Universo
Editor	Grupo El Universo
Director	Carlos Perez Barriga
Sitio Web	www.eluniverso.com

A partir de una compilación de publicaciones tanto en internet como en los diarios impresos, acerca del proyecto de Ley de Comunicación, realizadas en el diario El Universo, entre los años 2009 y 2012 pude recolectar y verificar los siguientes datos que ayudarán a entender cuánto ha tenido de importancia el tema de la creación de la Ley de Comunicación en el periódico:

⁶¹El Universo, en línea: [http://es.wikipedia.org/wiki/El_Universo_\(peri%C3%B3dico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Universo_(peri%C3%B3dico))

Tabla # 6

Año	Publicaciones
2009	140
2010	104
2011	173
2012	133
Total	548

Elaborado por Andrea orbe

El Universo expone más artículos de opinión que cualquier otra forma de redacción, títulos como “una ley que no mejorará el periodismo” u “objeción de conciencia” son los que se pudo encontrar a lo largo de este periodo cuantificado. Así mismo se refiere a veces a los proyectos de Ley de Comunicación como una ley mordaza, que coarta la libertad de expresión y de prensa. Hace notar que la Ley de Comunicación podría tratarse de una ley solo para medios y que estos desfavorecerían la opinión pública porque son la voz del pueblo.⁶²

De igual forma, se le da un seguimiento constante a la creación de dicha ley, dando énfasis en el aplazamiento peculiar que ha tenido para su debate y aprobación, los múltiples proyectos presentados y sobre todo las personalidades que han participado para su elaboración.

En los periódicos impresos se puede notar una evidente prioridad a las notas acerca de la Ley de Comunicación, sin embargo las titulan como una ley de medios. Como he enunciado en capítulos anteriores, la ubicación de las notas noticiosas tiende a estar en la parte superior izquierda de la portada o de las páginas 2-3 del diario.

“Queda, pues, dividida la plana en cuadrantes: superior izquierdo, superior derecho, inferior izquierdo e inferior derecho, de los cuales el más importante será el superior izquierdo y el menos, el inferior derecho. En consecuencia, según esta teoría la vista hace una lectura siguiendo el trazado de la letra zeta”⁶³.

⁶² Anexo, publicación de abril del 2012, diario El Universo.

⁶³ López Rafael, López Begonia, Bernabeu Natalia, Proyecto MediascopioPrensa, La lectura de la prensa escrita en el aula, España, 2008

Según Cristóbal Peñafiel, para priorizar las diferentes notas que se publican en el periódico hay una reunión en primera instancia, donde se comunican los temas más importantes

“Se toman en cuenta dos hechos que son fundamentales cuando nos reunimos con los compañeros acerca de lo que vamos a publicar. En primer lugar debe ser una noticia importante que interese a la mayor parte de los lectores. Por decir algo de unas próximas elecciones, lo que los lectores piden es información de servicios por decir algo, la fecha de elecciones, cómo se van a seleccionar a los candidatos, cuáles son los motivos en de los partidos políticos que van a participar, cuáles van a ser las reglas para que participe la ciudadanía como parte del esquema de las elecciones, etcétera. Lo segundo es que sea una información interesante por ejemplo se presenta un artista conocido en nuestra ciudad y para mucha gente no será importante asistir al evento porque tiene que gastar dinero y tiempo pero si es interesante saber que llega un artista importante y así mismo se la prioriza dando servicios como la hora, costo, lugar etc.”.

En cuanto a la ley de comunicación Peñafiel aseveró que para escribir las notas se tomaron en cuenta lineamientos del diario, pues según él es fundamental que el lector apoye y tenga conocimiento de que la ley que se aprobará cumpla con todo lo que exige la Constitución.⁶⁴

3.2 El Comercio y el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación

Por otro lado, El Comercio, es un diario también ecuatoriano, fue fundado por César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome y su primer ejemplar se editó el 1 de enero de 1906, bajo el lema: "Diario de la Mañana", luego el diario bautizó como "Diario Independiente". En la actualidad, es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (conocido mejor por su acrónimo, *Aedep*), de la Sociedad Interamericana de Prensa, WAN.

Forma parte del GDA (Grupo de Diarios de América) junto con otros periódicos importantes en Latinoamérica como La Nación (Argentina), El Mercurio (Chile), O Globo (Brasil), El Tiempo (Colombia), El Universal (México), El Comercio (Perú), El País (Uruguay) y El Nacional (Venezuela).

⁶⁴ Entrevista realizada a Cristóbal Peñafiel, editor de diario El Universo, Quito 01 de diciembre del 2012

Ha mantenido una organización de carácter familiar desde entonces. Actualmente, el presidente del directorio es Fabrizio Acquaviva Mantilla, el presidente ejecutivo es Andrés Hidalgo y la directora general de Contenidos es Guadalupe Mantilla de Acquaviva.

El Comercio fue uno de los primeros diarios en el Ecuador, sin embargo se ha caracterizado por ser el más leído en la región sierra, en la capital mayoritariamente

Tabla #7

	Quito-Guayaquil	Quito	Guayaquil
Lectoría condensada de El Comercio	176388		
Penetración El Comercio		82.6%	2%

Elaborado por Andrea Orbe, Fuente: Ibope

El Comercio ha constituido uno de los baluartes de la prensa nacional, que en momento de desarrollo y crisis de la nación ecuatoriana del siglo XX, han dado un aporte fundamental para la afirmación de la nación y la democracia, haciendo claros esfuerzos para convertirse en una prensa ágil y moderna, con una mayor participación de los redactores que hacen el periódico. Resumen del diario El Comercio⁶⁵

Tabla #8

Diario El Comercio	
Slogan	Renacemos a diario
Tipo	Prensa Diaria
Formato	Estándar
País	Ecuador
Sede	Quito (Av. Pedro Vicente Maldonado 11515 y El Tablón, San Bartolo)

⁶⁵El Universo, en línea: [http://es.wikipedia.org/wiki/El_Comercio_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Comercio_(Ecuador))

Ámbito de distribución	Nacional e Internacional
Fundación	1 de enero de 1906
Fundador	Cesar Mantilla Jácome, Carlos Mantilla Jácome
Genero	Información general
Ideología	Derecha
Idioma	Español
Precio	Varía según el día: \$ 0,35 (lunes a jueves), \$ 0,45 (viernes), 0,60 (sábados y feriados), 1,00 (domingos)
Circulación	Diaria
Propietario	Grupo El Comercio
Editor	Grupo El Comercio
Director	Guadalupe Mantilla
Sitio Web	www.elcomercio.com

Elaborado por Andrea orbe

En la ciudad de Quito, es considerado el de mayor importancia, seguido del diario *Hoy*.

En un análisis realizado desde el año 2009, cuando se empezaron los debates a la ley de comunicación, pude rescatar los siguientes datos:

Tabla # 9

Año	Publicaciones
2009	92
2010	49
2011	33
2012	49
Total	223

Elaborado por Andrea Orbe

Consecuentemente puede deducir que El Comercio ha sacado menos publicaciones del proyecto de Ley de Comunicación comparado con el diario El Universo, sin decir que no le ha dado importancia.

Las notas fueron variadas, desde artículos de opinión hasta entrevistas con asambleístas, miembros de la comisión para realizar la ley. De igual manera se publicó bastante información sobre cada una de las cosas que iban sucediendo acerca de su creación.

Ley Mordaza, Ley de Medios y frases similares se enuncian seguidamente en los textos publicados.⁶⁶

Al igual que el diario El Universo el Comercio prioriza de una manera evidente sus publicaciones acerca de la Ley de Comunicación, tanto en internet como en diarios impresos sus titulares son llamativos, coloca las notas en cuadrantes principales y le da un mayor resalte aún con sus fotografías.

A pesar de que han sido 3 años los que ha habido el proceso para el debate de ley, El Comercio solo se ha enfocado en tratar puntos específicos como el Consejo de Regulación, la obligatoriedad de título académico para los profesionales, la supuesta falta de libertad de expresión que se daría y la responsabilidad ulterior.

Según un cuestionario contestado por Gonzalo Ruiz, Subdirector adjunto, de diario El Comercio, el proceso de las noticias es complejo, pues las reuniones tanto matutinas como semanales priorizan y dan cabida a las noticias que se desarrollarán en el día y en la semana.

“Todo empieza con las reuniones matutinas donde participan los editores de cada sección noticiosa, y los jefes de la redacción, de fotografía y diseño. Allí se pasa revista a los temas del día y su posible elaboración. Antes, los lunes, hay una reunión general donde se planifican los grandes temas de la semana que han de combinarse con la agenda de las noticias duras, es decir aquellas imprevistas. La planificación arroja el resultado del orden y de allí se derivan la puesta en escena”

3.3 Influencia de los diarios estudiados en la opinión pública.

A partir de los datos expuestos en capítulos anteriores, podemos postular a El Universo y El Comercio como los más representativos en el Ecuador, sin embargo estos dos, son solo un referente primario del poder que puede llegar a adquirir los diferentes medios de comunicación, desde escritos hasta audiovisuales.

“La existencia de procesos de influencia de los contenidos de los medios de comunicación sobre los receptores a nivel individual y en grupo se considera general, para todas las sociedades y en cualquiera de las culturas nacionales existentes. Ello se

⁶⁶ Anexo, publicación de El Comercio

debe a la disposición natural de los seres humanos tanto a influir como a ser influenciados por los otros, sobre todo en determinados contextos y situaciones, por ejemplo, en la sociedad-masa y en situaciones de presión institucional como puede ser una campaña electoral (Giner, 1990)⁶⁷.

Es decir, que el fenómeno de llegar a pensar como mande un determinado grupo de interés no solo sucede en el Ecuador sino en todos los países del mundo y desde hace siglos atrás.

Ya en el caso de la Ley de Comunicación, ambos diarios han resaltado solo notas que afectan a las empresas mediáticas, su utilización de espacios, titulares y palabras han sido de tal manera que el lector puede canalizarlas de una manera rápida y por o tanto reproducirlas.

Actuación de medios de comunicación en otros procesos políticos ecuatorianos

Es necesario detallar que en el Ecuador ha habido varias situaciones en la que los medios han tomado un papel importante para decisiones que cambiarían de una u otra forma el rumbo del país. Así por ejemplo en el 2005 cuando el gobierno de Lucio Gutiérrez caía existió un quiebre de visión de los medios de comunicación, la prensa escrita seguía mayoritariamente la tendencia de informar únicamente los hechos desde el punto de vista ‘objetivo’, en ese caso el discurso político del gobierno, basado en ruedas de prensa y declaraciones oficiales, la radio y la televisión por su parte, que fueron culpadas de manipular sentimientos del país montando un espectáculo popular.

Desde los inicios se ignoró la protesta forajida, se la minimizó con espacios muy reducidos, con cuadros nulos que disminuyeron el enfoque real de lo que sucedía en la capital, por ello, se atribuye a radio la Luna un protagonismo fundamental para el golpe de estado, pues era la única que abrió su señal aliándose con Radio Visión, y Democracia para luego crear una red informática de mensajes y llamadas que movilizaron a muchas personas de la ciudad de Quito.

Por otro lado, cinco años después, el 30 de septiembre del 2010, una sublevación de la policía, que exigía la rectificación de una ley del sector público, en la cual se eliminarían bonificaciones por ascensos, años de servicio, condecoraciones, aniversarios y regalos navideños, hizo que el Ejecutivo de Ecuador mandara a todas las cadenas del país a

⁶⁷ Miguel Roiz, La sociedad persuasora, Barcelona, Paidós, 2002, p.52

emitir la señal pública previo paso a declarar el estado de excepción. Esta maniobra fue tachada como censura por sectores de la oposición y medios de comunicación privados.

El canal público emitió la noticia con cautela y manejó de una manera casi sesgada lo que ocurría en los diferentes sitios donde la revuelta se había tornado incontrolable. Sólo la Radio del Sur y Telesur, ambas venezolanas, rompían la omnipresencia de Twitter y la cadena estatal en esos momentos. Ambas emitían en directo para todo el mundo por Internet. Sin embargo el periodismo ciudadano también a través de internet, fue fundamental para conocer nuevas informaciones casi al minuto de lo que estaba sucediendo. Una de las más seguidas y *retwitteadas* fue Susana Morán, periodista del diario El Comercio de Ecuador, que firma sus entradas con el pseudónimo @susanamorg.

Ambos casos hicieron que las reacciones de ciudadanos fueran impulsadas por los medios, en el primero se llamó a una concentración masiva y en el segundo los principales actores fueron los policías y la gente que en ese entonces ya tenía un acceso directo a las redes sociales, pues los medios de comunicación privados no pudieron transmitir su propia señal

3.4 Metodología

Para la elaboración del presente trabajo se utilizó un método cuantitativo. Las técnicas usadas para la recolección de información sobre la influencia fueron: encuestas a jóvenes y adultos, entrevistas a editores de los diarios estudiados, observación de los espacios que mantenían las publicaciones periodísticas, análisis de textos bibliográficos, revisión de documentación varia y en especial de los Anteproyectos y el Proyecto actual que espera su votación.

Una vez obtenida la información, se procesaron los datos en una base electrónica de Excel para luego realizar el análisis e interpretación de los datos cuantitativos y se complementaron con información cualitativa para dar profundidad a los datos encontrados.

Técnicas utilizadas

- **Encuestas:** permiten la recolección “de la mayor cantidad de información de mayor cantidad de gente y de una manera más rápida y más económica que otros métodos; y facilita el análisis estadístico.”⁶⁸
- **Entrevistas individuales:** esta técnica es un complemento de las encuestas, “permite recoger información que puede ser investigada hasta en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de una organización.”⁶⁹
- **Observación:** para esta técnica se puede optar por ser un observador participante o un observador no participante. En el primer caso se debe convertir en un miembro más del grupo; en el segundo caso la observación se realiza desde fuera. En cualquiera de los dos casos el investigador debe ganarse la confianza de las personas que van a ser estudiadas⁷⁰, “lograr su aceptación y evitar en lo posible que su presencia interfiera” en las actividades cotidianas.
- **Bibliografía:** uso de textos especializados en temas como comunicación, opinión pública, comunicación de masas, estructura de los diarios entre otros; que sirvieron de apoyo de la información recolectada en el trabajo de campo.
- **Revisión de documentación:** consiste en la recolección de documentos diversos que puedan colaborar con esta investigación, especialmente se trata de documentos que contienen las diferentes propuestas para el Proyecto de Ley de Comunicación y las publicaciones periodísticas.

3.4.1 Universo y muestra

Para la elaboración del análisis de percepción de los diarios estudiados y del Proyecto de Ley de Comunicación, se aplicó las encuestas a jóvenes y adultos. Debido a la cantidad de lectores (634 estudiantes) se obtuvo una muestra representativa confiable, para lo que se aplicó la fórmula para población finita, es decir, inferior a 100,000 personas⁷¹:

⁶⁸ Adrian Meza., Patricia Carballeda. *El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas* [en línea]. Disponible en internet en: <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/diagnostico.html>. Fecha de acceso: 21 de abril de 2012

⁶⁹ Adrian Meza., Patricia Carballeda. *El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas* [en línea]. Disponible en internet en: <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/diagnostico.html>. Fecha de acceso: 21 de abril de 2012

⁷⁰ Ídem

⁷¹ Calcular la muestra correcta. [en línea]. Disponible en internet en : <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html> Fecha de acceso 21 de abril de 2012

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{(E^2 (N-1)) + (Z^2 \times P \times Q)}$$

Donde:

N: Muestra o número de elementos representativos de la población.

N: Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z: Es una constante que depende del nivel de confianza que se le asigne. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. En este caso se ha escogido 90% de nivel de confianza que asignan un valor Z, de 1,65

Los valores Z más utilizados y sus niveles de confianza son:

Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

E: Es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene preguntando a una muestra de la población y el que se obtendría preguntando al total de ella. Se ha tomado un valor del 8%

P y Q = El nivel de heterogeneidad es lo diverso que sea el universo, por lo que se asumirá lo habitual que suele ser el 50%.

Cálculo:

Para efectos de cálculo de la muestra de los lectores condensados de diario El Universo en Quito y Guayaquil, se consideró el dato publicado en el informe mensual de Ibope que arroja una cantidad de 357552 (N), en la que se quiere un nivel de confianza del 90% que determina que Z=1,65; se desea un error muestral del 5% (E), considerándose una probabilidad de éxito (P) del 8% y por lo tanto una probabilidad de fracaso del 8% (1-P); debido a la cantidad de lectores.

$$n = ? \quad N=357552 \quad Z= 1.65 \quad P= 8\% \quad Q= 8\% \quad E=5$$

$$n = \frac{2,72 \times 0,08 \times 0,92 \times 357552}{(25 \times 3527551) + 2,72 \times 0,92 \times 0,08}$$

n=80
encuestas

Este resultado se debió sumar también al cálculo de la fórmula con la cantidad de lectores condensados que tiene diario El Comercio en Quito y Guayaquil que es de 176388, con los mismos porcentajes tanto de margen de error como de confianza.

$n = ?$ $N=176388$ $Z= 1.65$ $P= 8\%$ $Q= 8\%$ $E=5$
--

$$n = \frac{2,72 \cdot 0.08 \cdot 0.92 \cdot 176388}{(25 \cdot 176387) + 2,72 \cdot 0.92 \cdot 0.08}$$

n=80
encuestas

Tras realizar estos dos cálculos se pudo concluir que el número de encuestas a realizarse serían un total de 160 en Quito y Guayaquil.

3.5 Análisis de Resultados

Perfil de los encuestados

Variables	No.	%
Lectores		
Quito	90	56.25%
Guayaquil	70	43.75%
Total	160	100%
Género		
Masculino	100	62.5%
Femenino	60	37.5%

Total	160	100%
Nivel de educación		
Bachiller	50	31.25%
Universitario	53	33.125%
Postgrado	57	35.625%
Total	160	100%
Lector por días		
De lunes a viernes	90	56.25%
Sólo fines de semana	40	25%
Todos los días	30	18.75%
Total	91	100%
Edad		
De 22 a 30 años	58	36%
De 31 a 50 años	102	64%
Total	160	100%

Como se explicó en el punto anterior, se encuestó a un total de 160 personas, de éste número se dividieron las encuestas de manera proporcional entre los lectores de El Universo y El Comercio en Quito (90%) y los lectores en Guayaquil (70%). Cabe recalcar que la mayoría de estudiantes universitarios fueron, en su mayoría, de las universidades Católica de Quito y Guayaquil y Salesiana, en especial de las carreras de comunicación social.

En cuanto al género, se observa que aproximadamente que más de la mitad de los encuestados son hombres y el 37.5% son mujeres. Esto se explica que hay una mayor incursión del género masculino en la lectura de estos dos diarios. Por otro lado, las mujeres suelen ser más constantes en el proceso de formación y muestran mayor dedicación cuando se lo proponen. Así mismo ven a los diarios como una opción para informarse pero no necesariamente a diario.

Si bien, los lectores de los periódicos en general, en su mayoría son mayores de 30 años, se buscó encuestar a personas con bajo nivel de educación, en este caso desde bachilleres, para recolectar su opinión acerca de la Ley de Comunicación y tener una variedad amplia de ellas. De igual forma se encuestó a personas mayores de 30 años

debido a su nivel de criticidad. Es por eso que los porcentajes se mantienen alrededor del 30% tanto en bachilleres, universitarios y personas con un postgrado.

El 56.25% de los encuestados aseguró leer uno de los diarios estudiados todos los días entre semana, es decir, de lunes a viernes, el 25% sólo los fines de semana y finalmente el 18.75% todos los días. Los sábados y domingos ambos diarios se venden a un precio más caro, pues el número de páginas que poseen es diferente y por lo tanto su información también lo es. En el diario El Universo cada domingo sale un tema especial, que pretende dar a conocer más a fondo alguna problemática que se ha desarrollado entre la semana. El Comercio, por su parte publica el denominado “reportaje de la semana” que también es una investigación o una explicación más detallada de algún tema coyuntural, lo que podría provocar que el lector se informe más a fondo sobre tal o cual asunto, ya sea político o social.

En cuanto a la edad de los encuestados, se observa que el 36% se encuentran entre la edad de 22 y 15 años, mientras que el 64% tiene entre 31 y 50 años, es decir, un público bastante amplio para poder dar las conclusiones pertinentes.

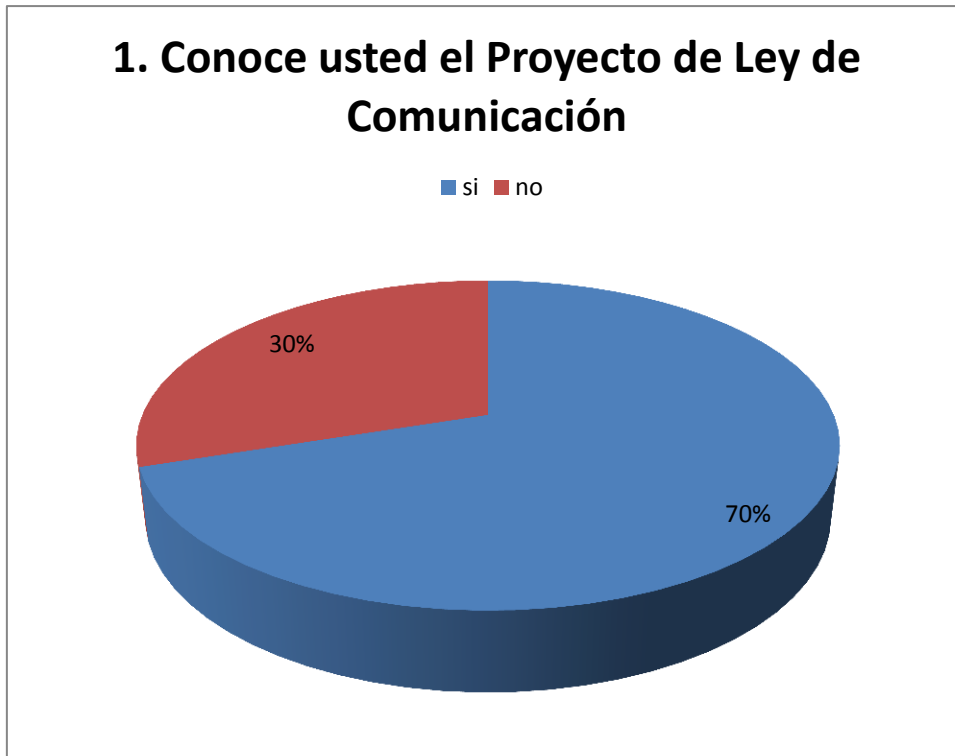
Varias investigaciones determinan que los hábitos de consumo de información de los jóvenes han cambiado radicalmente en los últimos años. Desde principios del siglo XXI, estudios indicaban el descenso en la lectura de diarios impresos y una constante caída de lectores jóvenes, por lo que también era importante saber si los menores encuestados sabían de la Ley de Comunicación por que se habían informado o porque esta información la habían recibido de terceros.

“Solo el 28,8% del total de este colectivo lee los diarios cada día. Por el contrario, cada vez han adquirido mayor protagonismo las redes sociales a la hora de consumir información entre las personas de entre 16 y 30 años”, declara a SINC Andreu Casero Ripollés, profesor titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jaume I de Castellón y autor del estudio que publica la revista *Comunicar*⁷²

⁷² Tan solo 28% de jóvenes lee periódicos online o impresos a diario, En línea:<http://www.agenciasinc.es/Noticias/Tan-solo-el-28-de-los-jovenes-lee-periodicos-online-o-impresos-a-diario>, fecha de ingreso, 6 mayo 2013

3.5.1 Resultados obtenidos en las preguntas de la encuesta

Gráfico #2



El 70% de encuestados respondió que sí conocía el proyecto de Ley de Comunicación, una cantidad importante para poder seguir con la percepción e investigación propuesta en la disertación. Quienes respondieron afirmativamente a esta pregunta podían seguir a la siguiente, pues lo que se deseaba era contar con personas que pudieran comentar sobre el Proyecto de Ley. Entre los encuestados, se pudo visualizar que la mayoría de personas adultas respondieron afirmativamente.

Para corroborar el primer cuestionamiento se realizó, inmediatamente, una pregunta de comprobación para saber cuánto realmente conocían los encuestados de este tema y los resultados arrojaron que solo un 30% conocía a profundidad varios puntos que se discuten y se han propuesto en el Proyecto final de Ley de Comunicación.

En este panorama podemos recurrir a lo ya dicho por Noelle Neumann al hablar del espiral del silencio, en donde el individuo puede llegar a afirmar posiciones que no son ciertas, con tal de no sentirse aislado de una sociedad.

Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio. Correr en pelotón constituye un estado de relativa felicidad; pero si no es posible, porque no se quiere compartir públicamente una convicción aceptada aparentemente de modo universal, al menos se puede permanecer en silencio como segunda mejor opción, para seguir siendo tolerado por los demás.⁷³

Gráfico #3



La mitad de los encuestados respondió que el Proyecto de Ley es malo, solo un 10% aseguró que es regular y el 40% afirmó que le parece bueno.

La pregunta se la hizo para medir la percepción general que se tiene respecto al tema en cuestión, por lo que podemos ver que la mayoría de personas encuestadas piensa que es bueno y que por lo tanto debería aprobarse, sin embargo no podemos dejar de lado a la importante minoría, ya que en ese grupo podrían incluirse los líderes de opinión que enuncian Lazarsfeld y Katz.

Recordemos que estos dos sociólogos en su investigación, encontraron que estos líderes de opinión no se parecían absolutamente en nada a quienes tradicionalmente se los considera como influyentes; los líderes de opinión parecían estar distribuidos en todos los grupos ocupacionales y en todos los niveles sociales y económicos, que a su vez se dejan influenciar, según estudios, por los medios de comunicación.

⁷³Noelle Neumann, Espiral del silencio, en línea: <http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYY-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7>

Gráfico # 4

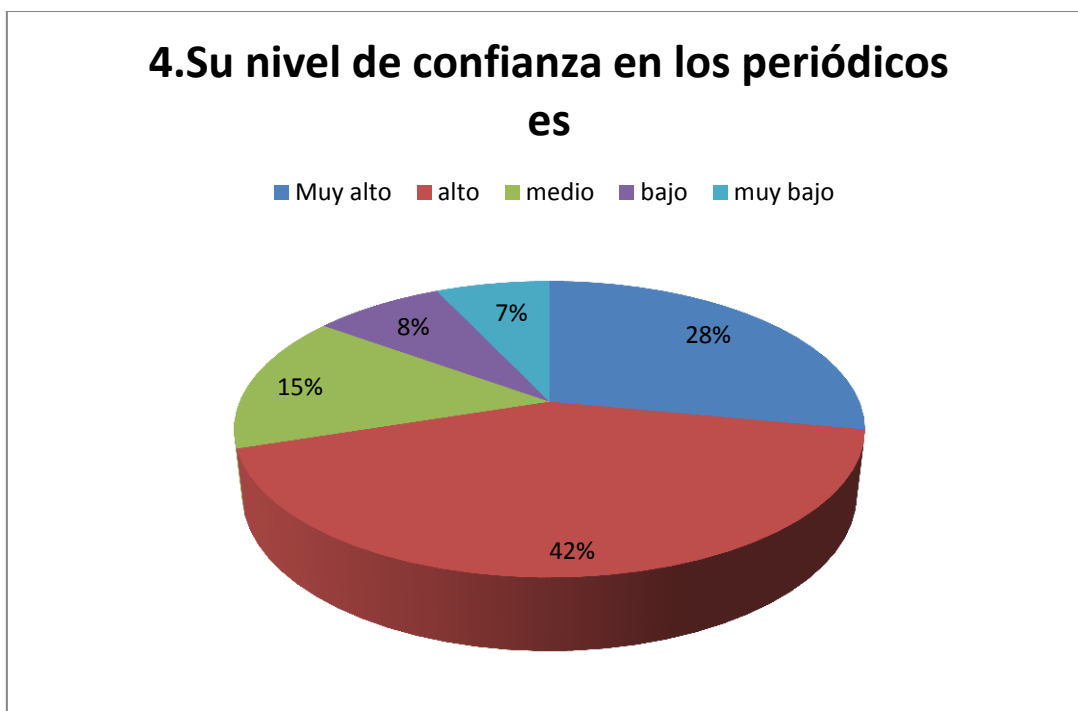


En esta tercera pregunta solo el 20% respondió que se ha informado acerca de Ley de Comunicación en debates y foros, mas el 80% afirmo que su fuente primaria de información han sido los medios de comunicación,por lo que podemos remitirnos nuevamente a Miguel Roiz cuando dice que:

“Teóricamente, los medios podrían servir de interlocutores con la opinión pública e interactuar con esta en un debate permanente que podría elevar el nivel de cultura cívica y en el que deberían también participar las instituciones sociopolíticas (partidos, gobiernos, sindicatos, centrales patronales) y otras organizaciones (religiosas, educativas, no gubernamentales). En la actual situación de dominio de los grupos de presión y centros de decisión, el poder simbólico y comunicativo que supone crear y transmitir información y opinión, esta claramente en los medios, que poseen además del privilegio de poder utilizar tecnologías muy eficaces. Pensemos en al escaza influencia que tienen los medios no masivos (revistas de asociaciones y grupos de la sociedad civil) o medios alternativos no situados en el ámbito público. Las grandes organizaciones mediáticas, eligen, marcan o señalan una cosa, algo, para que se distinga claramente de

otra”⁷⁴. Así, la ciudadanía podría creer que los medios de comunicación tienen validez educativa y demás, cuando por consecuente, más bien estarían creando una “falsa conciencia” u opinión como diría Nietzsche.

Gráfico # 5



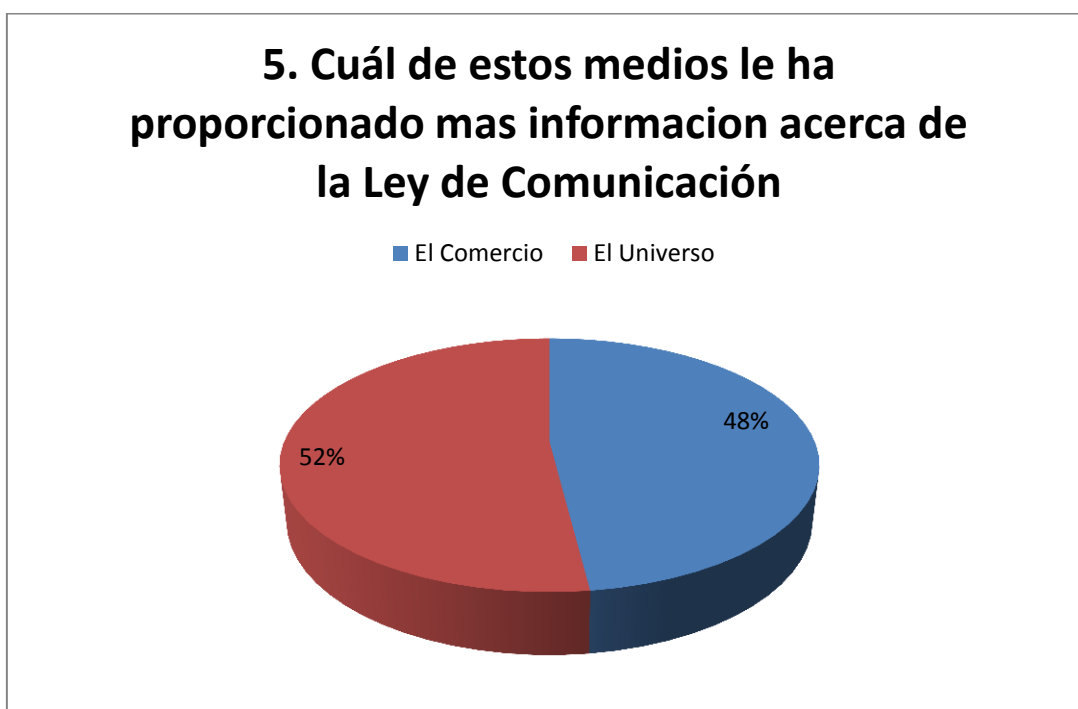
Cabe destacar la importancia de esta cuarta pregunta pues como dice McLuhan, el planetase hallainmerso en un proceso de cambios vertiginosos en todos los niveles, que lo convertirán en la denominada *Aldea Global*, un mundo globalizado en torno a la tecnología. Así mismo otros autores han puesto la hipótesis de que el periódico impreso desaparecerá debido a los medios audiovisuales y la tecnología. Alejandro Fernández Ludena, por ejemplo, en su libro *De cómo el educador y la tele pueden ser amigos* enuncia que

“La lectura y la escritura, como formas primordiales de comunicación están siendo desplazadas por la imagen. Los medios audiovisuales se imponen progresivamente sobre los textos impresos”.⁷⁵

⁷⁴Miguel Roiz, *Sociedad persuasora*, Barcelona, Paidós, 2002, pp. 124-125

⁷⁵Alejandro Fernández Ludenia *De cómo el educador y la tele pueden ser amigos*, Tegucigalpa, Honduras, 2000, editorial sigmanet.

Por ello, nos interesaba saber si es que el lector sigue consumiendo y confiando en las publicaciones de los diarios y el resultado que arrojo la encuesta fue que el 42% de personas aún confía en los periódicos en un nivel alto, y esto nos da la pauta para afirmar que todavía hay un porcentaje mayoritario que consume estos textos. Solo un 30% de encuestados afirma que su nivel de confianza en los diarios es media, baja y muy baja, por lo que podremos seguir suponiendo que tanto las noticias inmediatas y opiniones provienen de esta fuente. Gráfico # 6

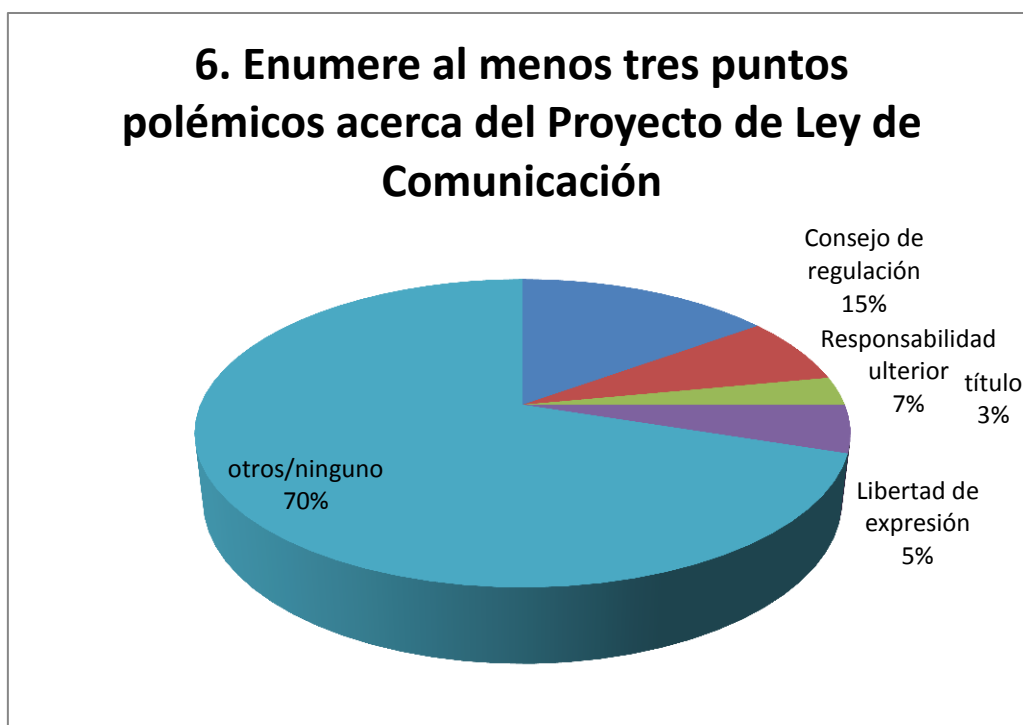


El 52% de encuestados respondió que el diario El Comercio le ha dado mayor información acerca del proceso que ha llevado la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, mas en los resultados que el conteo de las publicaciones arroja, se puede apreciar que El Comercio no trató tanto el tema como El Universo, sin embargo sus publicaciones fueron más noticiosas que de opinión o análisis, por lo que se podría deducir que la ciudadanía, mayoritariamente, se siente más respaldada cuando de noticias se trata, no así con los otros géneros periodísticos.

Por lo tanto recordemos lo antes dicho, donde cada sección de la prensa puede ser sujeto de una percepción y un público diferente. Así por ejemplo Nixon señala que debido a la competencia y a la elección de la lectura, los líderes de un grupo pueden moldear la opinión pública. Refiriéndose a líder no al presidente, alcalde o alguna autoridad importante de una nación, sino más bien a aquellos que en su grupo social tienen mayor credibilidad brindada por sus colegas.

Nixon expresa que mucha de la información que recibimos nos llega de segunda mano, a través de estos líderes de opinión que habitan en el círculo social en el que nos desenvolvemos, así todos los integrantes del gremio hayan tenido la misma fuente de información, ya sea periódicos, o televisión.⁷⁶

Gráfico # 7



Así, como indican los resultados de la encuesta la gente que ha leído el diario El Universo tiende a opinar más acerca de los temas como el Consejo de regulación, la responsabilidad ulterior y la censura previa, los cuales han sido priorizados de cierta manera. De igual forma sucede con los lectores de El Comercio que empatan sus respuestas en torno a lo publicado en el diario y con un menor conocimiento de los puntos del proyecto, debido, consecuentemente, a la baja afluencia de información que ha circulado acerca del tema.

Ninguno de los encuestados se refirió a algún punto acerca de una Ley Orgánica de Comunicación como tal, es decir, una que incluya la comunicación de la sociedad, sin embargo sí instauraron las palabras como Ley de Medios, o Ley Mordaza, dentro de sus respuestas.

⁷⁶ Raymond Nixon B, Opinión pública y el periodismo, segunda edición, Quito Ecuador, Ciespal, 1963 P 73

Esto podría significar que las personas relacionan a la Ley de Comunicación con los medios de comunicación principalmente y esto podría deberse a las innumerables palabras o textos que hablan de aquello, apartándola de la ciudadanía y apegándola directamente con los que ejercen la profesión de la comunicación social.

Gráfico # 8



A pesar de que el 42% de personas aseguró confiar en los periódicos en un nivel alto, solo el 33% de los encuestados afirma que los diarios le dan una información objetiva y sin mayores intereses.

Esta última pregunta de corroboración, nos puede dar la iniciativa para especular que la ciudadanía que consume textos periodísticos de estos dos diarios estudiados, específicamente, cree que la información es manipulada pero aún así se hace de la vista gorda. O por el contrario, indicó saber que la noticia no es objetiva, por seguir una hipótesis que se ha formado en torno a la pugna de poderes que hay entre el gobierno y la prensa.

A partir de esta pregunta podemos remitirnos al estudio que hizo el sociólogo Gaye Tuchman, en donde señala que la mayoría de medios informativos, mediante sus rutinas de trabajo, establecen redes diseñadas para atrapar solamente a los *peces grandes*, es decir, a los altos funcionarios públicos y corporativos, desechando muchas noticias que

pueden ser muy relevantes, pero que no cumplen con los criterios de previsión y acceso eficiente.

“Los medios informativos de hoy sitúan a los reporteros en las instituciones legitimadas, donde puede esperarse que se van a encontrar acontecimientos que cabe suponer van a atraer a los consumidores de noticias contemporáneos (...) Significativamente, todas estas organizaciones mantienen archivos de información centralizada, reunida, a, menos parcialmente, para el uso de los periodistas”. Lo que termina siendo noticia, por lo tanto, no es más que una cierta forma de conocimiento que resulta de los métodos y rutinas empleados por los periodistas para dar cuenta de lo que ocurre en el mundo” (Hernández, 1992, p.240)⁷⁷

⁷⁷ José Carlos Lozano Rendón, Teoría de investigación de la comunicación de masas, México 2007, Pág. 46

3.6 Conclusiones

El estudio de opinión pública ha estado presente desde hace décadas, ha habido varios sociólogos, filósofos y demás profesionales que han dedicado libros y tiempo de su vida en relacionar la sociedad con la capacidad de formar una opinión de tal o cual aspecto.

En la actualidad y como consecuencia del proceso de globalización cultural, los medios de comunicación han pasado de manos del Estado a ser propiedad de grandes grupos económicos. El interés de estos grupos en moldear la realidad social y la consiguiente opinión pública está ligado a la obtención de sus propios beneficios.

Haciendo una recapitulación de las ideas más relevantes en torno al análisis hecho, podemos destacar los textos de Nixon y Lazarsfeld los cuales diagnosticaron el papel que desempeña los líderes de opinión como intermediarios e influyentes en las actitudes y pensamientos de su círculo social, siendo los medios de comunicación el principal factor determinante de una decisión.

Su idea del líder de opinión y el flujo de comunicación en dos etapas, es imprescindible en el proceso que tiene la formación de opinión pública, las familias que conforman sociedades pueden ser de una y otra clase social pero siempre van a estar ligadas a un líder de opinión, y este, familiarizado con un medio de comunicación específico.

Dentro del contexto de la Ley de Comunicación, es importante destacar que a pesar de que ya habían instituciones, códigos, y demás objetos para poder regular los medios, solo ahora, que el presidente Rafael Correa hizo énfasis en el tema, poniéndolo como una ley transitoria en la Constitución del 2008, la ciudadanía, los assembleístas y demás autoridades se fijan y debaten de tal manera que pueden incluso priorizar páginas enteras en los diarios y pasar 3 años sin la aprobación de la misma.

Si bien es cierto que se han discutido otras leyes para su aprobación, así la de educación la de agua y demás, solo la de Comunicación es la que más ha prevalecido, pues la pugna de poder entre el gobierno y los medios es evidente y la aprobación de la misma definiría, sin duda un control por una de las dos partes.

La agenda y el discurso del presidente, sin embargo, pasaran solo a ser una recomendación de una línea a investigar en el futuro.

La incidencia que tienen los diarios El Universo y El Comercio en la sociedad ecuatoriana, con respecto al proyecto de ley de comunicación es bastante significativa, pues han sido estos dos medios impresos los que de cierta manera generaron (aun lo siguen haciendo) temas de conversación y debate en diferentes actos sociales, desde una reunión entre compañeros hasta conferencias dictadas en distintas universidades del país.

En el desarrollo del segundo capítulo, pudimos observar varias modificaciones que se hicieron para poder consensuar el proyecto de ley de comunicación, desde el cambio de proyectos hasta la unificación y creación de uno solo, pero, particularmente, en las encuestas expuestas en el tercer capítulo, la ciudadanía solo evidencia tres temas principales, y en su calificación de cómo ve al proyecto, la inclinación es que es malo y que se refiere a una ley de medios o una ley mordaza, mas no a una de la comunicación social en sí, coincidiendo con la información prestada en los diarios El Universo y El Comercio, por lo tanto vuelvo a reiterar la obvia influencia que tienen estos dos medios impresos sobre la opinión de la sociedad en nuestro país.

Incluso temas debatidos como el consejo de regulación no aparecen tan claros cuando se pregunta uno por uno a los ecuatorianos, ya que no saben quienes integraran el grupo y solo comentan que es negativo para los comunicadores y por lo tanto a la voz del pueblo.

De igual forma y a pesar de que el proyecto redacta un sin número de obligaciones para la comunicación en general, la tendencia del discurso es solo hablar de la afectación que tiene el periodista como tal, lo que nos da la pauta para entender que son los medios de comunicación los que llevan ese mensaje, pues sus derechos como instituciones privadas se verían afectados. Ellos manejan la agenda de las noticias a publicarse, las hacen ser y parecer como las más o menos importantes, según el grado de interés económico o social que el grupo de poder tenga.

No se habla, en su mayoría, del derecho a la réplica, superficialmente se sabe de la distribución equitativa de frecuencias y escasamente de las garantías a jurisdiccionales de la niñez y demás ámbitos, ya que solo una minoría ha leído a conciencia, todo el proyecto de ley de comunicación, los demás ciudadanos que hablan y dan su opinión acerca del proyecto, solo replican lo que han leído en medios impresos u oído de personas a quienes tienen por estudiados o entendidos.

Un elemento importante del estudio es también la confrontación que han tenido los diarios estudiados a lo largo de los años, su interés por captar más lectores ha hecho que

sus noticias en general estén relacionadas y se asemejen el uno con el otro, por lo tanto aquí es válido destacar que aunque existe este fenómeno, El Comercio optó por no publicar demasiados géneros periodísticos que hablaran del proyecto de Ley de Comunicación.

La historia de la prensa también es un aporte importante de lo que ha sido el periodismo en el Ecuador, desde 1791 el gremio periodístico ya se consolidaba con el nombre de “Escuela de la Concordia” y tejía un sin número de clases sociales, puesto que a tal grupo pertenecieron los hombres más ilustrados de la capital ecuatoriana de Santa Fe y de otras ciudades, imponiendo por lo tanto un interés entre sus líneas por más impreciso que fuera. Adicionalmente, el papel que han tenido las empresas periodísticas en la sociedad es fundamental, pues los intereses de cada grupo de poder no ha dejado ver la verdadera cara de las cosas.

Finalmente creo que el aporte más significativo de esta disertación de grado es que, a través del estudio hecho, se puede concienciar y hacer conocer a los futuros comunicadores el peso tan grande que recae sobre ellos, el cual es la posibilidad de manejar la información, de tal manera, que genere una opinión pública y esta se traduzca en actitudes en toda una sociedad.

4 Bibliografía

Alcalde Carmen, Cómo leer un periódico, Barcelona- España, Caspe, 1981.

Arboleda Gustavo, El periodismo en el Ecuador, Datos para un estudio, Guayaquil, Linotipos de El Grito del Pueblo, 1909.

Eco Umberto, Cinco escritos morales, Barcelona- Espania, Caspe, 1981

EricMaigret,Sociología de la Comunicación y de los Medios. Colombia. Fondo de cultura económica 2005.

FernándezAlejandro LudeniaDe cómo el educador y la tele pueden ser amigos, Tegucigalpa, Honduras, editorial Sigmanet, 2000.

Ferrer, Montserrat, Noticias: redacción y diseño de prensa, Valencia, 2000.

Gómez Luis Aníbal, Introducción a la Opinión pública y los medios de difusión masiva, junio 1982.

KayserJacques, El periódico, estudios de morfología de metodología y prensa comparada, Quito Ecuador, 1966

López Rafael, López Begonia, Bernabeu Natalia, Proyecto Mediascopio Prensa, La lectura de la prensa escrita en el aula, España, 2008

Lozano Rendón,José Carlos Teoría de investigación de la comunicación de masas, México 2007.

Nixon Raymond B, Opinión pública y el periodismo, segunda edición, Quito Ecuador, Ciespal, 1963.

Noelle, Neumann, Elisabeth, La Espiral del silencio, opinión pública , nuestra piel social, Paidós, Barcelona 1995

Ramonet, Ignacio. La Tiranía de la Comunicación. Colombia. Editorial Debate 2003.

Roiz Miguel, La sociedad persuasora, Barcelona, Paidós, 2002.

Roiz Miguel, Sociología de la comunicación de masas, Madrid, Laberinto, 2005.

Sartori, Giovanni. Elementos de Teoría Política. Alianza Editorial. España, 1999.

Documentos en línea

Asamblea Constituyente, en línea:

<http://www.participacionciudadana.org/pc10/images/docu/AsambleaNacional/ene.pdf>,
fecha de ingreso octubre 2012

Carlos Prado, "La Opinión Pública", en línea: <http://www.borrone.net/opinion/opinion.pdf>,
fecha de acceso 30 de abril del 2013

Constitución del Ecuador, en línea:

http://constituyente.asambleanacional.gob.ec/documentos/nueva_constitucion/02.Constitucion_del_Ecuador.pdf, 28 de noviembre del 2012

Estructura de Telecomunicaciones, en

línea: <http://www.aseta.org/documentos/ECUADORsector.pdf>, fecha de ingreso marzo 2012

La prensa escrita y su ideología, en línea:

<http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>, fecha de ingreso enero 2012

Meza, Adrian., Carballada, Patricia. El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas [en línea]. Disponible en internet en:

<http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/diagnostico.html>. Fecha de acceso: 21 de abril de 2012

Noelle Neumann, Espiral del silencio, en línea: [http://www.egrupos.net/cgi-](http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7)

[bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7](http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7)

Osmar Sostoa, "Periodismo, opinión pública y ciudadanía", en línea,

http://www.corredordelasideas.org/docs/ix_encuentro/4ta_mesa_osmar_sostoa.pdf, fecha de acceso noviembre del 2012

Principios de la AEDEP, en línea:

http://www.aedep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=88,
fecha de ingreso, enero 2013

Proyecto de Ley de Comunicación, en línea:

<http://abelsuing.wordpress.com/2010/05/11/el-tratamiento-al-proyecto-de-ley-de-comunicacion-en-ecuador/>, fecha de ingreso noviembre 2012

Rafael Correa contra El Universo, en línea:

<http://rafaelcorreacontraeluniverso.eluniverso.com/2011/03/30/introduccion-a-la-querella/>,
fecha de ingreso, febrero 2012

Tan solo 28% de jóvenes lee periódicos online o impresos a diario, En línea:

<http://www.agenciasinc.es/Noticias/Tan-solo-el-28-de-los-jovenes-lee-periodicos-online-o-impresos-a-diario>, fecha de ingreso, 6 mayo 2013

Fuentes Primarias

Cita tomada del análisis 26b de Margarita Boladeras, J. HABERMAS, «Öffentlichkeit (einLexikonartikel) 1964», reed. en *Kultur und Kritik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973, p. 61. (Análisis 26, 2001 Margarita Boladeras Cucurella)

Conferencia impartida en Noroît (Arras) en enero de 1972 y publicada Les Temps modernes, no. 318, enero de 1973, pp. 1292-1309. Ver también: P. Bourdieu, Questions de sociologie, Paris, Minuit, 1984.

Decreto Supremo 256-A, Registro Oficial 785 de 18 de abril de 1975.

El Comercio, Bejarano, Ley de Comunicación. 13 de octubre 2009.

El Comercio, Quito, miércoles 16 de marzo del 2011, política

El Universo, Guayaquil, Jueves 17 de diciembre del 2009, Política

El Universo, Guayaquil, miércoles 16 de marzo del 2011, política

El Universo, Un proyecto de ley, frente a un principio universal, editorial, *El Universo*, Quito, Jueves 10 de diciembre del 2009'

Ley 94, Decreto 94, Registro Oficial No. 770 de 30 de agosto de 1995.

Ley No. 184, Registro Oficial No. 996 del 10 de agosto de 1992.

Resolución 083-05-CONATEL 2010 de 25 de marzo de 2010 y Resolución 215-05-CONATEL-2011 de 24 de marzo de 2011

Revista Fusión, Los Medios de Comunicación y el negocio de la guerra. Julio 2008.

ANEXOS

Entrevista realizada a Cristóbal Peñafiel editor de diario El Universo

1. Hace cuanto que trabaja en El Universo

10 años en dos etapas de cinco cada una, en el intermedio trabaje en otros medios en el diario La Hora, en periódico digital que se llamaba Puerta Abierta.

2. Cuántos años tiene de carrera periodística

30 años

3. Dentro de sus 30 años de trayectoria cree usted que El Universo cumple con el slogan de ser el mayor diario Nacional

El slogan que maneja el diario El Universo tiene desde un comienzo dos partes importantes. La primera por ser un periódico que se ha caracterizado por ser netamente informativo, le han insinuado en que el universo sea un periódico temático, en base a temas, sin embargo la filosofía del diario siempre ha sido estar lleno de información, también temas pero le da prioridad a la información instantánea, a contar los hechos que se producen al instante. Hace unos quince o veinte años el diario no tenía un buen diseño pero lo que si tenía era información en cantidades fabulosas, desde la muy corta hasta la grande. La segunda parte que diario El Universo es que siempre ha tenido una buena lectoría especialmente en las provincias de la costa y en la sierra con énfasis en dos que son fundamentales que son Loja y Azuay. El diario Comercio le ha disputado esas plazas porque también ha tenido su injerencia en las provincias de la sierra y en la costa ha sido un periódico no de menor importancia pero si de menor lectoría, los consideran los diarios más grandes porque siempre se han disputado lectores a nivel nacional.

El Universo tomo parte como el mayor diario nacional porque en Guayaquil la gente siempre ha confiado en la información del periódico, siendo así que información que no se publicaba en El Universo es como que el hecho no se hubiera producido. Hasta ahora

4. Con respecto a ser editor, como cree usted que se priorizan las notas, titulares, temas en el diario El Universo

Se toman en cuenta dos hechos que son fundamentales cuando nos reunimos con los compañeros acerca de lo que vamos a publicar. En primer lugar debe ser una noticia importante que interese a la mayor parte de los lectores. Por decir algo de unas próximas elecciones, lo que los lectores piden es información de servicios, la fecha de elecciones, como se van a seleccionar a los candidatos cuales son los motivos en los partidos políticos, cuales van a ser las reglas para que participe la ciudadanía como parte del esquema de las elecciones. Lo segundo es que sea una información interesante por ejemplo se presenta un artista conocido en nuestra ciudad y para mucha gente no es importante asistir al evento porque tiene que gastar dinero y tiempo pero si es interesante saber que llega un artista importante y se da servicios como la hora, costo etc.

5. Como fue el tratamiento de la ley de comunicación en el diario RI Universo, en los últimos años

Nosotros la tomamos de tres maneras, la una que sea una ley que no perjudique a los lectores que es en definitiva pro los que estamos trabajando, que no impida que los acontecimientos que se dan a diario pueda interrumpir la información a los lectores, en segundo término nosotros estamos peleando que todos los lineamientos se enmarquen en la constitución de la república. Es decir que la constitución habla que todos los ecuatorianos tenemos derecho a una información veraz, verificada, una información libre, es decir una ley que comience a atropellar esos derechos, nosotros creemos que no es lo mejor para los lectores. Y tercero es que esta ley de comunicación no sea un instrumento que nos sirva para ahora y mañana se caduque. Es decir que no sea una ley que le sirva a determinado gobierno sino que sea para todos. Que va a suceder por ejemplo si la ley que se aprueba para mañana o pasado sirve para los intereses de este gobierno, viene otro gobierno con otro tipo de intereses y cambia la ley, entonces en que se ha ganado, es decir debe ser una ley en la que se de oportunidades a todas las personas que lleguen a determinado gobierno.

6. Las notas que se han publicado acerca de la ley de comunicación han sido con el lineamiento que acaba de mencionar

Las notas van con el primer punto que quiere decir con una información libre y veraz, verificada con datos exactos, información que procure llegar a las andadas a los acontecimientos, información que este ceñida a los hechos, es la que imponemos. Lo otro es cuestión de permitir o transmitir que una ley de comunicación no tenga este fondo, sino una información cabal. Una información de forma.

7. Usted como editor piensa que el diario el universo hace notas que no solo informen sino que permitan en cierta parte educar al lector

Hay dos partes siempre, una informativa, de los hechos, acontecimientos, pero en diferentes secciones el diario que es completo procura no únicamente entregar este tipo de información sino algo mas trabajado por decir algo vamos a hablar de una epidemia, entonces no solamente vamos a hablar de que la epidemia está llegando a un sector sino también vamos a hablar de cuáles son las formas con las que se podría evitar esta epidemia, también las consecuencias que nos llevaría a no tomar medidas, es parte también un poco de educación. Y más especializado cuando hay personas que tienen a su cargo la entrega de información técnica por decir algo, si se habla de la construcción, si solo queremos dar información solo se diría que en la ciudad se quiere construir tantos edificios, pero hay gente especializada que certifica como se construyen los edificios, como, cuando, que beneficios, y se complementa y va más de fondo a darle elementos sustanciosos

8. Cree usted que el diario El Universo podría llegar a mas sectores de la sierra o porque no han podido llegar

Es un país diverso ,ahora menos pero ha habido temporadas en donde los medios de comunicación se han manejado de acuerdo en donde son sus bases, por decir algo, el lector quiteño siempre ha estado mas familiarizado con los medios de comunicación quiteños en este caso El Comercio, Ultimas noticias, diario Hoy, que son más cercanos. De igual manera en Guayaquil, Cuenca y Machala, esto ha permitido que también los medios de comunicación se identifiquen más con la ciudad en donde el hecho sucede. Obviamente si alguien de Guayaquil llega a Quito y quiere saber qué está pasando en su ciudad o viceversa. Esto de alguna manera ha sido la tónica con que se ha manejado el periodismo y de allí que el caso de el universo ha hecho todo lo posible por ingresar en zonas serranas con el fin de ganar lectoría, hubo una temporada en donde teníamos una página exclusiva para pichincha, pero a pesar de esos esfuerzos no era muy cercano a la población de la sierra. Si el universo entregaba una página para Pichincha El comercio ponía 10, 15 páginas para el mismo sector, es decir mucho mas. Para ser un periódico nacional de alcance en dos ciudades grandes como Quito y Guayaquil tendríamos que hacer como en algún momento lo hizo el diario El Hoy o como lo hace el diario La Hora, tener periódicos que se identifiquen mas con cada una de esas ciudades, con dos cuerpos, una información nacional y otra de cada sector.

9. Los periodistas que trabajan dentro de cualquier medio de comunicación deben ser afines al pensamiento e ideología que tiene el medio

Es un tema bastante interesante, porque el medio de comunicación por estar conformado por personas pro humanos, entonces es un medio de comunicación que se mueve también de acuerdo a como piensan esas personas, tener un medio apolítico, tener un medio que no tenga identificación en alguna de estas corrientes creo que no es posible, hasta ahora no vemos que una persona no tenga afinidad por un sector político, así como la gente que está vinculada en el deporte no hay una persona que no sea hinch de algún equipo, pero esto llevado al campo periodístico es diferente. Es decir los periodistas estamos para escribir para contar noticias. Es decir en el momento en el que llega usted a registrar un hecho, un accidente de tránsito por ejemplo, o llega para registrar un partido de fútbol, independientemente de la ideología, la responsabilidad del periodista es contar que es lo que está pasando y eso de contar lo que está pasando quiere decir que requiere de un gran esfuerzo para meterse en las botas de los actores que están haciendo esos acontecimientos y con ello se logra ser lo más imparcial posible, porque ser totalmente imparcial no se puede. Por ejemplo cuando usted está redactando algo de fútbol usted puede poner que ese equipo no jugó bien, o ese equipo jugó mal, algunas veces se salen esas cosas, cuando se debería contar si ese equipo tuvo 10 o quince oportunidades para marcar goles y no lo hizo. Desligar totalmente un acontecimiento del sentimiento no es posible.

10. En el diario El Universo el periodista puede elegir si ser de derecha o izquierda

En ese aspecto hay prejuicios, porque si usted tiene la posibilidad de trabajar en el diario el universo usted ya sabe a qué periódico va a ingresar. El momento en el que usted elige una opción de trabajo también elige una opción de integrarse a un grupo, esta eligiendo la opción de integrarse a un medio de comunicación o una empresa, consecuentemente si usted por ejemplo tiene prejuicios por decir algo si a usted no le gusta la comida vegetariana y la opción es un restaurante que vende todo tipo de comida y uno que vende solo comida vegetariana usted puede elegir, pero el momento en el que ingresa a un local de comida vegetariana, usted sabe que va a comer ese tipo de comida, por lo tanto no le puede decir al mesero que quiere carne frita porque no se lo va a dar. El periodista tiene la opción de elegir.

Preguntas realizadas a Gonzalo Ruiz, subdirector adjunto de diario El Comercio

1. Cuántos años tiene de carrera periodística

Este año, en septiembre completo 35 años de tareas en los medios de comunicación (radio, televisión, prensa y revistas)

2. Hace cuánto trabaja en El Comercio

Desde 1981 soy articulista. Desde el año 2013 me desempeño como Subdirector Adjunto.

3. Dentro de sus años de trayectoria cree usted que El Comercio es uno de los diarios más leídos en el Ecuador, por qué

Creo que EL COMERCIO es un diario respetado por su pluralismo, la diversidad temática y la seriedad para tratar los distintos aspectos de la vida nacional. Goza además de gran prestigio en el exterior como emblema del periodismo ecuatoriano. La credibilidad es la base de su trayectoria periodística.

4. Cómo se priorizan las notas, titulares, temas en el diario El Comercio. Qué se hace antes de publicar una nota

El proceso de las noticias, como usted sabe, es complejo. Todo empieza con las reuniones matutinas donde participan los editores de cada sección noticiosa, y los jefes de la redacción, de fotografía y diseño. Allí se pasa revista a los temas del día y su posible elaboración. Antes, los lunes, hay una reunión general donde se planifican los grandes temas de la semana que han de combinarse con la agenda de las noticias duras, es decir aquellas imprevistas. La planificación arroja el resultado del orden y de allí se derivan la puesta en escena, por medio del diseño de las páginas, la asignación de reporteros, fotógrafos y el proceso de cobertura en las fuentes y la contrastación de los temas con distintas visiones y puntos de vista diferentes.

A las tres de la tarde de cada día se revisa el material que se va concretando durante el día y los editores de las secciones explican sobre la obtención de los temas más importantes. Allí se definen los temas de primera página y se presentan las fotos de portada. Aquellos que harán más llamativo al Diario, de acuerdo a la prioridad de las noticias. Las notas de los reporteros son revisadas por los editores y pasan por corrección ortográfica. Lo demás depende del proceso de producción e impresión.

5. Cómo ha sido el tratamiento de las publicaciones sobre la ley de comunicación en el diario El Comercio en los últimos años, qué se ha priorizado, cuáles han sido los puntos que más se han tratado.

Es un tema que ha estado en el debate nacional por varios años desde la aprobación de la Constitución de Montecristi. En las páginas de noticias se ha dado despliegue a distintos actores políticos desde diversas visiones político-ideológicas. La academia se ha pronunciado y los expertos también. Me atrevería a decir que se han escrito centenas de artículos y notas al respecto. En las páginas de opinión los columnistas han expresado su punto de vista y el diario ha expresado el suyo propio en el espacio que le corresponde: El Editorial institucional. EL COMERCIO piensa que la defensa de la libertad de expresión no es un tema que compete solo a los periodistas y a los medios sino afecta a toda la sociedad para que pueda poner de manifiesto su pensamiento de manera plural. Los periodistas que hoy se están formando no podrían ejercer su oficio ni aplicar sus conocimientos en una sociedad coartada ni asfixiada por el poder político si la libertad no existiera.

6. Las notas que se han publicado acerca de la ley de comunicación han sido con algún lineamiento en especial.

Se pueden revisar las páginas y extraer su propias conclusiones. Deberían como estudiantes de comunicación hacerlo. Todo el país político y académico ha pasado por nuestras páginas en este tema de manera amplia. La opinión de Diario EL COMERCIO se expresa en el Editorial de cada día y se ha escrito muchas veces sobre el tema.

7. Usted como editor piensa que el diario El Comercio también hace notas que no solo informan sino que permitan en cierta parte educar al lector

No soy editor sino Subdirector Adjunto. Los reportajes en temas de educación, salud, cultura y otras áreas fomentan el conocimiento y el aprendizaje. Tenemos, además una revista especializada llamada Educación que ha sido un aporte en esa línea.

8. Cree usted que el diario El Comercio podría llegar a más sectores de la Costa o por qué no han podido llegar

El país ha sido tradicionalmente dividido en regiones. Ha sido dividido por el clima, la gastronomía y hasta el fútbol. Los diarios de Guayaquil llegan a Quito y viceversa. Un diario con sentido nacional como busca ser EL COMERCIO, editado en Quito busca esa penetración en todo el país y llega a casi todos los rincones. Ese es un reto permanente.

PUBLICACIONES DIARIO EL COMERCIO

Publicación En la agenda legislativa no está la ley de medios esta semana

Redacción Política Lunes 25/02/2013

Tres sesiones del Pleno de la Asamblea se desarrollarán mañana. En la número 216 convocada para las 10:00, se tratará en primer debate el proyecto de la Ley de Protección de Animales Domésticos.

El objetivo de este es establecer normas para proteger a los animales domésticos, garantizándoles el bienestar y brindándoles atención especializada. En el informe de la Comisión de Biodiversidad se propone la obligatoriedad de que los gobiernos autónomos descentralizados municipales creen un cementerio de mascotas.

Posteriormente, a las 12:00, se planea retomar la sesión 170, en la que se deberá votar el proyecto de Ley de Fijación de límites territoriales. La idea es contar con normas para fijar de forma definitiva y precisa los límites, a través de procedimientos de solución de conflictos. En el informe de la Comisión de Gobiernos Autónomos se dispone que el Consejo Nacional de Límites Internos determine la circunscripción territorial a ser consultada. También que el Consejo Nacional Electoral elabore el padrón con base en estos datos.

El tercer punto de la agenda del martes se trataría a las 12:30, en la sesión 192. En ella se votaría la propuesta reformativa a la Codificación de la Ley de Inquilinato.

En el texto recomendado por la Mesa de Justicia y Estructura del Estado se incorpore que los gobiernos autónomos descentralizados o distritos metropolitanos contarán con una oficina de Registro de Arrendamientos. Esta se encargará de revisar los contratos de arrendamiento o anticresis, de la custodia de la garantía económica rendida por el arrendatario, etc.

El presidente Fernando Cordero ha aclarado que pese a que las leyes de Comunicación, Cultura y Aguas son importantes, no cometerá "el error de convertirlas en urgentes".

Estos proyectos de ley y el de Código Integral Penal no serían tratados en el Pleno hasta el 13 de mayo, cuando termina el período de la vigente Asamblea.

"No estoy para aventuras ni para crear las peores condiciones para tener una derrota", aseguró Cordero y admitió que en estos años, Alianza País no ha contado con los 63 votos (de 124) para aprobar estos textos. Según afirmó, en la próxima Legislatura tendrán las dos terceras partes y no necesitarán de otro bloque.

La ley de medios, aún sin fecha de votación

Redacción Política Lunes 27/02/2012

Aunque desde hace varias semanas se anuncia que en marzo se votará la ley de medios, los cronogramas todavía no están claros.

El oficialismo aún no ha fijado fecha para terminar con el trámite de este proyecto cuyo análisis comenzó hace dos años y cinco meses. Mañana se prevé la realización de un nuevo tercer foro de sociabilización del cuerpo legal, que mantiene dividida a la Asamblea Nacional.

Legisladores de movimientos y partidos de oposición, como PSP, MPD-Pachakutik, Madera de Guerrero y el Prian aseguran que Alianza País no cuenta con los 63 votos requeridos para aprobar esta ley. Pero estas bancadas tampoco tienen suficientes adhesiones para archivarla.

Fuera de grabación, varios asambleístas adelantan que el tema pudiera quedar en el limbo. El oficialista Ángel Vilema, quien integró la mesa ocasional de Comunicación, insiste en que su bloque no quiere que la Corte Constitucional haga una ley temporal.

Pero es una carta que la bancada gobiernista pudiera utilizar ya que el 15 de noviembre pasado su compañero Hólger Chávez presentó ante esa Corte una demanda por omisión. Se trata de la figura la que, a su juicio, habría incurrido la Asamblea al no haber aprobar todavía la ley de medios en el plazo establecido por la Carta Magna.

Sin embargo, asambleístas como Vicente Taiano (Prian) presumen que el presidente Fernando Cordero todavía no someterá a votación la ley. La razón: esta es una temporada en la que el Gobierno ha recibido críticas de la comunidad internacional por su asedio a la prensa.

Para el Prian aún es "incierto" el futuro del proyecto, porque el juicio del Presidente a El Universo, así como el pedido de medidas cautelares de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) para evitar la aplicación de la condena, pudieran marcar la agenda en el Legislativo en estas primeras semanas posreceso. Taiano no descarta que

la audiencia del 28 de marzo, en Washington, en el seno de la CIDH, detenga el trámite de la llamada ley mordaza.

Vilema pide no mezclar estos temas. Pero admite que están a la espera de la anunciada carta de Correa sobre su decisión final ante el caso El Universo.

Dentro de las negociaciones parlamentarias, Alianza País aún no ha concretado un acercamiento con sus aliados. La bancada de Correa tiene 54 votos incluidos los socialistas. Requiere al apoyo de al menos nueve votos más; una cifra compleja para una Asamblea que está polarizada.

Tampoco se ha decidido cuándo se desarrollará la reunión con los líderes de las fuerzas políticas del Legislativo. El jueves debían reunirse los coordinadores oficialistas con Betty Tola, ministra de la Política. La cita podría realizarse hoy.

Fausto Cobo (PSP) mantiene la tesis del archivo de la ley de medios. Y pide estar atentos a la forma en que voten los 'independientes'. Cynthia Viteri (M. de Guerrero) dice que "Cordero no la someterá a votación porque no quiere arriesgarse a que la archivemos". Dice que la crítica internacional al Gobierno en el caso El Universo ha arrinconado al Presidente.

Diana Atamaint (Pachakutik) ve que ni el archivo ni un acuerdo con el Gobierno son viables en este momento. Afirma que la única salida es presionar a través de la movilización popular como parte de las marchas que empezarán el 8 de marzo en Zamora.

Libertad o ley mordaza

Tiempo de lectura: 3' 3" No. de palabras: 491

María Cristina Bayas 00:00 Lunes 26/07/2010

En estos días se habla de la libertad del ejercicio periodístico. Este enfoque, aunque legítimo, se olvida del centro del problema que enfrentaríamos los ecuatorianos si se aprobara la ley de medios. El periodismo, más que una disciplina, es un servicio. Los verdaderos comunicadores buscan guiar al pueblo hacia el bien común. Sin este fin, el periodismo pierde el sentido. Dada esta premisa, dejemos de hablar de las consecuencias que tiene la Ley de Medios sobre los comunicadores, y hablemos de lo que ella significa en la vida diaria de los ecuatorianos.

Si se aprobara una ley mordaza, no solamente se silenciaría a quien tiene sed de buscar y decir la verdad: se limitaría al pueblo, quien tiene derecho a encontrarla. También hay

una clara paradoja. Por un lado, es la gente quien sufriría la vergüenza de conocer solo una realidad adornada por los intereses de los poderosos. Por otro, es al pueblo a quien le corresponde impedirlo. No podemos echar la culpa a una institución o a una ley de los males que nos aquejan. La participación pública es el arma más poderosa cuando la democracia está en riesgo. La palabra es otra herramienta - además de ser un derecho- para manifestarnos cuando no estamos de acuerdo con lo que sucede y nos quieren amordazar.

El Gobierno quiere regular los contenidos de los medios, imponer sanciones a quien no satisfaga sus expectativas. Es un abuso tan visible que, comentar sobre este punto, resultaría ocioso. Estamos involucionando hacia la pérdida de las libertades individuales. Nos estamos asemejando a naciones como Cuba. Valentín Valdés Espinoza, Tim Lopes, David Meza, son algunos de los periodistas latinoamericanos que murieron por defender un aspecto esencial de la dignidad humana: la libertad de expresión.

En Ecuador nadie ha muerto pero la agresividad del Presidente hacia los profesionales de la información, nos consta. Con esta actitud hacia el periodismo, ¿es desacertado dudar de los intereses que hay detrás de la Ley? El Gobierno tiene una fórmula que, hasta hoy, ha sido fructífera: descalifica y reinarás.

En el discurso presidencial ya son dos los grandes enemigos del pueblo: la oligarquía y la prensa. Y, en realidad, el enemigo del pueblo es la ignorancia que impide la verdadera soberanía. El antídoto de esta realidad es la educación. Y la prensa contribuye a esta labor. Para la Unesco, uno de los indicadores más fieles de desarrollo en un país es la lectura de diarios. ¿Vamos a permitir que nos dificulten progresar?

Fue Alexis de Tocqueville quien descubrió que, la diferencia entre los países libres y los sometidos, radica en aquellos que los componen: "Las costumbres de un pueblo esclavo son parte de su esclavitud; las de un pueblo libre son parte de su libertad".

Publicaciones

PUBLICACIONES DIARIO EL COMERCIO

Publicación En la agenda legislativa no está la ley de medios esta semana

Redacción Política Lunes 25/02/2013

Tres sesiones del Pleno de la Asamblea se desarrollarán mañana. En la número 216 convocada para las 10:00, se tratará en primer debate el proyecto de la Ley de Protección de Animales Domésticos.

El objetivo de este es establecer normas para proteger a los animales domésticos, garantizándoles el bienestar y brindándoles atención especializada. En el informe de la Comisión de Biodiversidad se propone la obligatoriedad de que los gobiernos autónomos descentralizados municipales creen un cementerio de mascotas.

Posteriormente, a las 12:00, se planea retomar la sesión 170, en la que se deberá votar el proyecto de Ley de Fijación de límites territoriales. La idea es contar con normas para fijar de forma definitiva y precisa los límites, a través de procedimientos de solución de conflictos. En el informe de la Comisión de Gobiernos Autónomos se dispone que el Consejo Nacional de Límites Internos determine la circunscripción territorial a ser consultada. También que el Consejo Nacional Electoral elabore el padrón con base en estos datos.

El tercer punto de la agenda del martes se trataría a las 12:30, en la sesión 192. En ella se votaría la propuesta reformativa a la Codificación de la Ley de Inquilinato.

En el texto recomendado por la Mesa de Justicia y Estructura del Estado se incorpore que los gobiernos autónomos descentralizados o distritos metropolitanos contarán con una oficina de Registro de Arrendamientos. Esta se encargará de revisar los contratos de arrendamiento o anticresis, de la custodia de la garantía económica rendida por el arrendatario, etc.

El presidente Fernando Cordero ha aclarado que pese a que las leyes de Comunicación, Cultura y Aguas son importantes, no cometerá "el error de convertirlas en urgentes". Estos proyectos de ley y el de Código Integral Penal no serían tratados en el Pleno hasta el 13 de mayo, cuando termina el período de la vigente Asamblea.

"No estoy para aventuras ni para crear las peores condiciones para tener una derrota", aseguró Cordero y admitió que en estos años, Alianza País no ha contado con los 63 votos (de 124) para aprobar estos textos. Según afirmó, en la próxima Legislatura tendrán

las dos terceras partes y no necesitarán de otro bloque.

La ley de medios, aún sin fecha de votación

Redacción Política Lunes 27/02/2012

Aunque desde hace varias semanas se anuncia que en marzo se votará la ley de medios, los cronogramas todavía no están claros.

El oficialismo aún no ha fijado fecha para terminar con el trámite de este proyecto cuyo análisis comenzó hace dos años y cinco meses. Mañana se prevé la realización de un nuevo tercer foro de sociabilización del cuerpo legal, que mantiene dividida a la Asamblea Nacional.

Legisladores de movimientos y partidos de oposición, como PSP, MPD-Pachakutik, Madera de Guerrero y el Prian aseguran que Alianza País no cuenta con los 63 votos requeridos para aprobar esta ley. Pero estas bancadas tampoco tienen suficientes adhesiones para archivarla.

Fuera de grabación, varios asambleístas adelantan que el tema pudiera quedar en el limbo. El oficialista Ángel Vilema, quien integró la mesa ocasional de Comunicación, insiste en que su bloque no quiere que la Corte Constitucional haga una ley temporal.

Pero es una carta que la bancada gobiernista pudiera utilizar ya que el 15 de noviembre pasado su compañero Hólger Chávez presentó ante esa Corte una demanda por omisión. Se trata de la figura la que, a su juicio, habría incurrido la Asamblea al no haber aprobado todavía la ley de medios en el plazo establecido por la Carta Magna.

Sin embargo, asambleístas como Vicente Taiano (Prian) presumen que el presidente Fernando Cordero todavía no someterá a votación la ley. La razón: esta es una temporada en la que el Gobierno ha recibido críticas de la comunidad internacional por su asedio a la prensa.

Para el Prian aún es “incierto” el futuro del proyecto, porque el juicio del Presidente a El Universo, así como el pedido de medidas cautelares de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) para evitar la aplicación de la condena, pudieran marcar la agenda en el Legislativo en estas primeras semanas posreceso. Taiano no descarta que la audiencia del 28 de marzo, en Washington, en el seno de la CIDH, detenga el trámite de la llamada ley mordaza.

Vilema pide no mezclar estos temas. Pero admite que están a la espera de la anunciada carta de Correa sobre su decisión final ante el caso El Universo.

Dentro de las negociaciones parlamentarias, Alianza País aún no ha concretado un

acercamiento con sus aliados. La bancada de Correa tiene 54 votos incluidos los socialistas. Requiere al apoyo de al menos nueve votos más; una cifra compleja para una Asamblea que está polarizada.

Tampoco se ha decidido cuándo se desarrollará la reunión con los líderes de las fuerzas políticas del Legislativo. El jueves debían reunirse los coordinadores oficialistas con Betty Tola, ministra de la Política. La cita podría realizarse hoy.

Fausto Cobo (PSP) mantiene la tesis del archivo de la ley de medios. Y pide estar atentos a la forma en que voten los 'independientes'. Cynthia Viteri (M. de Guerrero) dice que "Cordero no la someterá a votación porque no quiere arriesgarse a que la archivemos". Dice que la crítica internacional al Gobierno en el caso El Universo ha arrinconado al Presidente.

Diana Atamaint (Pachakutik) ve que ni el archivo ni un acuerdo con el Gobierno son viables en este momento. Afirma que la única salida es presionar a través de la movilización popular como parte de las marchas que empezarán el 8 de marzo en Zamora.

Libertad o ley mordaza

Tiempo de lectura: 3' 3" No. de palabras: 491

María Cristina Bayas 00:00 Lunes 26/07/2010

En estos días se habla de la libertad del ejercicio periodístico. Este enfoque, aunque legítimo, se olvida del centro del problema que enfrentaríamos los ecuatorianos si se aprobara la ley de medios. El periodismo, más que una disciplina, es un servicio. Los verdaderos comunicadores buscan guiar al pueblo hacia el bien común. Sin este fin, el periodismo pierde el sentido. Dada esta premisa, dejemos de hablar de las consecuencias que tiene la Ley de Medios sobre los comunicadores, y hablemos de lo que ella significa en la vida diaria de los ecuatorianos.

Si se aprobara una ley mordaza, no solamente se silenciaría a quien tiene sed de buscar y decir la verdad: se limitaría al pueblo, quien tiene derecho a encontrarla. También hay una clara paradoja. Por un lado, es la gente quien sufriría la vergüenza de conocer solo una realidad adornada por los intereses de los poderosos. Por otro, es al pueblo a quien le corresponde impedirlo. No podemos echar la culpa a una institución o a una ley de los males que nos aquejan. La participación pública es el arma más poderosa cuando la democracia está en riesgo. La palabra es otra herramienta - además de ser un derecho- para manifestarnos cuando no estamos de acuerdo con lo que sucede y nos quieren

amordazar.

El Gobierno quiere regular los contenidos de los medios, imponer sanciones a quien no satisfaga sus expectativas. Es un abuso tan visible que, comentar sobre este punto, resultaría ocioso. Estamos involucionando hacia la pérdida de las libertades individuales. Nos estamos asemejando a naciones como Cuba. Valentín Valdés Espinoza, Tim Lopes, David Meza, son algunos de los periodistas latinoamericanos que murieron por defender un aspecto esencial de la dignidad humana: la libertad de expresión.

En Ecuador nadie ha muerto pero la agresividad del Presidente hacia los profesionales de la información, nos consta. Con esta actitud hacia el periodismo, ¿es desacertado dudar de los intereses que hay detrás de la Ley? El Gobierno tiene una fórmula que, hasta hoy, ha sido fructífera: descalifica y reinarás.

En el discurso presidencial ya son dos los grandes enemigos del pueblo: la oligarquía y la prensa. Y, en realidad, el enemigo del pueblo es la ignorancia que impide la verdadera soberanía. El antídoto de esta realidad es la educación. Y la prensa contribuye a esta labor. Para la Unesco, uno de los indicadores más fieles de desarrollo en un país es la lectura de diarios. ¿Vamos a permitir que nos dificulten progresar?

Fue Alexis de Tocqueville quien descubrió que, la diferencia entre los países libres y los sometidos, radica en aquellos que los componen: “Las costumbres de un pueblo esclavo son parte de su esclavitud; las de un pueblo libre son parte de su libertad”.

PUBLICACIONES DIARIO EL UNIVERSO

Versión final del proyecto de Ley de Medios, sin sorpresas

En el nuevo texto elaborado por el oficialista Mauro Andino, que es un alcance al informe presentado el 2 de febrero, constan varios cambios, que en su mayoría fueron anunciados con anterioridad.

Así se incluyó un artículo en el que se ratifica que no se regulará la información, ni la opinión en las redes sociales. Se retiró de todo el informe el término plataforma tecnológica.

A los principios deontológicos ahora se los denomina normas y se hacen algunas precisiones. Por ejemplo ya no consta el abstenerse de injurias mediante acusaciones infundadas o abstenerse de difundir opiniones que mediante el descrédito a un colectivo contribuyan a un clima social de hostilidad. Solo se contemplan los contenidos y comentarios discriminatorios, sin especificarlos.

La responsabilidad solidaria de los medios de comunicación solo cambió en que ya no constan ni los propietarios, accionistas, directivos y representantes legales. Se mantiene que los medios serán responsables por indemnizaciones de carácter civil por incumplimiento en el derecho a la rectificación, réplica y respuesta dispuesto por el Consejo de Regulación.

En caso de incumplimiento a la réplica se fija como sanción en caso de reincidencia el pago del 10% de la facturación promediada en los últimos tres meses presentada en el Servicio de Rentas Internas (SRI)

Al Consejo se lo mantiene con la misma conformación: un delegado del Ejecutivo; de las asociaciones y consorcios de los Gobiernos Autónomos Descentralizados; del Consejo

de Igualdad, de facultades de Comunicación de universidades públicas y de organizaciones de comunicación y derechos humanos con personería jurídica.

De las facultades solo se le restó una relacionada con la elaboración del reglamento.

Sobre los medios públicos se añadió la posibilidad de crearlos bajo la figura de empresas públicas, cuya estructura y funcionamiento se sujetarán a la Ley de Empresas Públicas.

Se mantiene la organización con un consejo editorial integrado por el director, editor general, jefes de noticias y dos representantes de los periodistas. El consejo ejecutivo lo conformarán el titular de la entidad que constituye el medio, el director de comunicación, editor general y el director administrativo. Y los consejos ciudadanos cuya integración será de acuerdo con la Ley de Participación Ciudadana. El consejo editorial ya no tendrá la facultad de decidir la no publicación de contenidos sesgados por tendencias partidistas o político electorales.

Sobre la profesionalización se dispuso que "las actividades periodísticas o de comunicación social de carácter permanente, independientemente del cargo o nivel de las mismas, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de los editorialistas y columnistas de opinión y los redactores o columnistas de secciones especializadas en ciencias, artes, letras y religión". No estarán obligados quienes realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas.

Para cumplir con ello se da un plazo de seis años.

Ley de Medios

Gustavo

Pacheco

músico, Guayaquil.- Se va a debatir la Ley de Medios y en la parte pertinente (artística) en donde se pretende aprobar el artículo que exige a las radios poner por cada tema extranjero uno nacional (50%- 50%); si bien es cierto la intención es de buena fe, el resultado puede ser fatal ya que suena como que el artista ecuatoriano sin preparación, sea beneficiado por la misma. Aunque digan que habrá una censura previa estos "artistas" de igual forma van a decir "yo también tengo derecho".

¿Quién asegura que lo que funcionó en algún país va a funcionar en otro? Si esto funcionó en Colombia, los colombianos son más nacionalistas que nosotros (creo) y en ese campo se preparan mejor que nosotros. En Venezuela existe la Ley del 3 x 1, ¿por qué no acogemos esa ley que es más ecuaníme? Temo que con la del 1 x 1 (50%-50%) que se pretende aprobar, saldrán nuevamente muchos artistas que a punta de: computadora, de afinaciones en las ediciones de grabación, de mentiras, se promocionen y engañen al público como "grandes artistas, grandes cantantes". Así como saldrán buenos artistas, saldrán mucho más falsos artistas. La radio y televisión privadas, me imagino, están preocupadas ya que ¿y si dejan de pautar cuñas en este tipo de programas porque no hay sintonía? El Estado tiene la obligación de procurar el incentivo a sus ciudadanos, a través de sus instituciones públicas, por ejemplo, proveer al artista ecuatoriano de una señal de radio nacional donde se transmitan únicamente temas de cantantes, compositores, autores nacionales, y de esa sintonía las radios privadas irán adquiriendo buenos temas, buenos artistas para pasarlos en sus frecuencias; y temas del folclore ecuatoriano con cantantes, autores nacionales, de esa forma el país contará con una señal para escuchar nuestros pasillos y albazos...

Si al Estado le corresponde "planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir", y si a los municipios del país les corresponde "promover el desarrollo económico, social, medio ambiental y cultural...", así como "promover y apoyar el desarrollo... artístico..., y de recreación .", además de "ejercer el control de la venta en espacios y vías públicas de toda obra artística literaria, musical o científica, en cualquier formato, producidas, reproducidas o distribuidas, que se encuentren protegidas por la Ley de Propiedad Intelectual", (artículo 11, numerales 4, 15, 21 de la Ley de Régimen Municipal); el Estado debe exigir que en las fiestas nacionales, patronales, de cada provincia, cantón, parroquia, únicamente se contraten a artistas

nacionales; a extranjeros domiciliados en Ecuador, o que el costo del show de un extranjero no pase más de 5.000 dólares. Con esto evitaríamos que vengan extranjeros pasados de moda, o sin presencia, y realicen 30 shows a 30.000 dólares cada show, y en dos meses se lleven 900.000 dólares del bolsillo de los ecuatorianos. Con esto obligamos a que los gobernadores de cada provincia fomenten el trabajo artístico, ya que en Guayas, por ejemplo, con la historia de que tal persona es amigo o fue compañero de colegio del presidente, tiene potestad de contratar únicamente a artistas extranjeros (con precios baratos, según ellos, que pasan de 30.000 dólares hasta 80.000, si no es más; mientras que el precio de un show del artista ecuatoriano es "caro"). Por último, en lo que se refiere a la piratería, el problema es político-social ya que mucha gente perdería el sustento de vida (viven haciendo algo ilegal) y sería bueno que el Estado asuma la copia, venta, distribución y comercialización de las obras protegidas por la propiedad intelectual; y que los mismos vendedores salgan a las calles a vender los DVD, CD, al mismo precio, que lo hacen ahora. Sería como medida inicial hasta que se regularicen las ventas y el público se acostumbre a pagar el verdadero precio de una copia, bastará hacer un convenio con las sociedades autorales del mundo, a través del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

Gustavo
músico, Guayaquil

Pacheco,

Formato de encuesta

Ley de Comunicación y Opinión pública

¿Conoce usted el Proyecto de Ley de Comunicación? * Si su respuesta es positiva, dirígase a la pregunta 2, si es negativa, fin de la encuesta

- ☐ Si
- ☐ No

¿Cree que el proyecto es? *

- ☐ Bueno
- ☐ Malo
- ☐ Regular

¿Cómo se ha informado sobre este proyecto?

- ☐ Televisión
- ☐ Radio
- ☐ Periódicos
- ☐ Debates/foros
- ☐ Other:

Su nivel de confianza en los periódicos es

- ☐ Muy Alto
- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☐ Bajo
- ☐ Muy bajo
- ☐ Other:

Cuál de estos medios impresos le ha proporcionado más información sobre el proyecto de Ley

- ☐ El Comercio
- ☐ El Universo
- ☐ Other:

Cuál de los siguientes temas le parece el más polémico dentro del proyecto de Ley

- ☐ Censura previa, Responsabilidad ulterior
- ☐ Consejo de regulación
- ☐ Obligatoriedad de título profesional
- ☐ Prohibición para accionistas
- ☐ Other:

¿Cree que los medios de comunicación han tratado con objetividad el proyecto de ley de Comunicación

- ☐ Si
- ☐ No

